Дуглас Кенрик Владас Гришкевичус
Рациональное животное. Как эволюция повлияла на развитие мозга



текст предоставлен правообладателем
http://www.piter.com/collection/all/product/ratsionalnoe-zhivotnoe-kak-evolyutsiya-povliyala-na-razvitie-mozga

«Рациональное животное. Как эволюция повлияла на развитие мозга»: Питер; Санкт-Петербург; 2017

ISBN 978-5-496-02982-7

Аннотация

Почему миллиардеры столько работают, а потом бросают на ветер деньги, заработанные потом и кровью? Что общего между всеми нами и банкирами с Уолл-стрит, а также Элвисом Пресли и Стивом Джобсом?

В изящной и занимательной форме маэстро психологии Кенрик и Гришкевичус подвергают сомнению распространенные взгляды на процесс принятия решений и предлагают абсолютно новую альтернативу, основанную на эволюционной психологии. Устанавливая поразительную связь между поведением современного человека и его корнями, уходящими в прошлое, авторы показывают, что в основе «нелепых» поступков лежит чрезвычайно сложная система принятия решений.

Вкладывание денег, поиск работы, покупка машины, выбор спутника жизни — во всем этом за нашими решениями стоят скрытые эволюционные цели.

Эта замечательная книга полностью изменит ваше представление о процессе принятия решений.

Дуглас Кенрик, Владас Гришкевичус
Рациональное животное. Как эволюция повлияла на развитие мозга

Douglas T. Kenrick and Vladas Griskevicius
The Rational Animal: How Evolution Made Us Smarter Than We Think

BASIC BOOKS

Перевел с английского М. Попов
Заведующий редакцией *П. Алесов*
Ведущий редактор *Е. Власова*
Литературный редактор *Е. Васильева*
Художник *С. Маликова*
Корректоры *О. Андросик, С. Беляева*
Верстка *Л. Соловьева*

16+ (В соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ.)



* * *

ДУГЛАС:
Моим сыновьям Дэйву и Лайму, благодаря которым я стал глубже понимать, что такое иррациональность.
Моей жене Кэрол, которая мирится с моей иррациональностью.
Моей теще Джин Люс, которая внесла самый большой вклад рациональности в характер Лайма и которая заботится обо всех нас.

ВЛАД:
Моему волевому отцу, который всегда заканчивает начатое.
Моей самоотверженной матери, которая предпочитает, чтобы я не рассматривал людей как животных.
Моей заботливой жене, которой нравятся декоративные зубные коронки.
Моим любопытным детям, которые немного стесняются того, что фамилия их отца в книгах соседствует с рисунками обезьян.

Минуточку, это еще не все!
ДУГЛАС и ВЛАД:
Бобу Чалдини, нашему учителю и гуру.

Введение. «Кадиллаки», лотереи и многоженство

Всегда утверждалось, что человек является рациональным животным. В течение всей своей жизни я искал доказательства, которые могли бы подтвердить это.
Бертран Рассел

Являются ли ваши решения рациональными или же они иррациональны?
Давайте начнем с нескольких блиц-вопросов. Совершили ли бы вы что-нибудь из

следующего:

✘ Вы — молодой человек с некоторыми музыкальными способностями, выросший в бедности на реке Миссисипи. Потратили бы вы $785,400 на «Кадиллак» с золотыми колпаками, покрашенный в 40 разных оттенков красками, изготовленными вручную из жемчуга, чешуи рыб восточных морей и алмазной пыли?

✘ Вы — британка, ведущая жизнь безработной матери-одиночки. Однако в свободное время вы кое-что пописываете, и вдруг ваши книги начинают распродаваться со скоростью лесного пожара. Расстались бы вы со своими столь трудно заработанными деньгами?

✘ Вы житель Нью-Йорка и работаете смотрителем здания на Манхэттене. Потратите ли вы все свои сбережения на покупку лотерейных билетов?

✘ Вы — профессор университета, который бережливо защищает свои скромные накопления на старость путем вложения их в надежные облигации. Вы наблюдаете, что фондовый рынок бурно растет в течение нескольких лет, но вот среди финансовых экспертов проходит слух, что этот пузырь скоро лопнет. Стали бы вы выбирать момент, чтобы вложить половину скудных накоплений на старость в рисковые акции?

✘ Вы — богатый индиец в штате Патиала, имеющий законное право жениться на таком количестве женщин, которое сочтете нужным. У вас уже есть 90 жен. Сочли бы вы это достаточным или начали бы присматривать себе девяносто первую жену?

Если вы не нашли ответов на данные вопросы, знакомьтесь с теми, кто это сделал:

✘ Элвис Пресли, король рок-н-ролла, который не только приобрел самый кричащий «Кадиллак», но и купил более сотни таких автомобилей.

✘ Джоан Роулинг, автор серии книг о Гарри Поттере, которая раздала на разные цели значительную часть своих с трудом заработанных денег. Однажды она выписала чек на $15 млн.

✘ Смотритель одного из зданий в Нью-Йорке Рей Отеро, который не только потратил все свои сбережения на лотерейные билеты, но и продолжает тратить на них $30 тыс. в год, не выиграв по-крупному еще ни разу.

✘ Дуглас Кенрик, один из авторов этой книги, который, видя, что его накопления на старость растут слишком медленно, а фондовый рынок рванул вверх, вложил в 2001 году значительную долю упомянутых сбережений в акции в момент, давший ему возможность поучаствовать в двух небывалых в истории обвалах стоимости ценных бумаг. Если только эта книга не попадет в список бестселлеров газеты *The New York Times,* он планирует выйти на пенсию когда-нибудь после семьдесят девятого дня рождения и, возможно, доживать свой век в небольшом домике где-нибудь в эквадорской глубинке.

✘ Раджиндер Сингх, шестой магараджа индийского княжества Патиала, который мало того что женился на девяносто первой жене, но и не останавливался, пока не взял жену № 365.

Некоторые из этих решений, включая золотые колпаки, 15-миллионные пожертвования, девяносто первую жену и $30 тыс., потраченные на лотерею, могут показаться никак не связанными с ежедневными решениями обычных людей, которые, как правило, сводятся к тому, где сегодня пообедать — в «Тако Белл» или «Пицце Хат»[1]. И все же решения, принятые королем рок-н-ролла и магараджей Патиалы, на самом деле имеют много общего с теми решениями, которые мы принимаем каждый день. Даже на первый взгляд абсурдный выбор часто скрывает под собой глубинные вопросы огромного значения, определяющие то, как люди к нему приходят.

Рациональное животное

[1] Всемирные сети быстрого питания мексиканской и американской кухни. — *Примеч. пер.*

За всеми этими кажущимися глупыми решениями относительно мешков с лотерейными билетами и покрытых алмазной пылью «Кадиллаков» таится один вопрос первостепенной важности. Над ним в течение веков раздумывали философы. Это главный вопрос для экономики, психологии и нашей повседневной жизни: каковы причины, лежащие в основе принимаемых решений?

Великие мыслители от Аристотеля и Декарта до Бертрана Рассела и Оскара Уайльда спорили о том, является ли человек «рациональным животным». Философы, ученые и мудрецы концентрировали внимание лишь на одной стороне медали, яростно споря о том, рационально или нерационально человеческое существо. Но в ходе полемики в большинстве случаев забывалась другая сторона медали — «животное» внутри так называемого «рационального животного». Данная книга как раз об этом создании.

В горячих спорах о том, являются ли решения человека рациональными или иррациональными, экономисты и психологи были навязчиво сосредоточены на поверхностных характеристиках нашего выбора: позволит ли решение, принятое конкретным индивидуумом в конкретной ситуации, достичь поставленной им цели. Например, сделает ли человека богаче и счастливее решение потратить $2 на лотерейный билет или купить новую сверкающую машину? Однако чтобы в полной мере понимать наш выбор, мы должны посмотреть на проблему внимательнее и связать наши нынешние решения с нашим эволюционным прошлым. Для представления о том, как люди совершают выбор, мы задаем основополагающий вопрос, который традиционные теории оставляют без внимания: почему мозг эволюционировал так, чтобы принимать те решения, которые он принимает?

Постановка этого вопроса изменяет наши воззрения на решения человеческого существа. **Новые научные открытия говорят о том, что процесс принятия решений не является ни рациональным, ни иррациональным. Он скорее может характеризоваться глубинной рациональностью.** Сегодняшний выбор человека отражает глубоко скрытую в нем эволюционную мудрость, отточенную прошлыми успехами и неудачами предков. В этой книге рассматривается вопрос о том, что решения, принимаемые в современном мире вами, мной или Элвисом Пресли, имеют в своей основе механизм, точно настроенный предками и зачастую работающий вне нашего сознания.

Этот новый метод мышления базируется на двух тезисах, составляющих основу данной книги.

Тезис 1. Процесс принятия человеком решений служит целям эволюционного развития.

Традиционный взгляд на поведение человека основывается преимущественно на изучении поверхностных целей, преследуемых индивидуумом, например получение приличной скидки на пару вечерних туфель или выбор хорошего ресторана для свидания в следующее воскресенье. Однако эволюция людей, как и всех животных, привела к тому, что наши решения служат достижению важных целей развития. Таким образом, наш выбор, глупый и иррациональный при поверхностном рассмотрении, оказывается правильным и обеспечивающим эволюционную приспособляемость, как только мы начинаем исследовать принимаемые сегодня решения сквозь призму опыта предыдущих поколений.

Тезис 2. Процесс принятия человеком решения организован таким образом , чтобы достичь нескольких весьма различающихся эволюционных целей.

Экономисты и психологи очень часто исходили из предположения, что человеческое существо преследует одну глобальную цель: добиться благоденствия и получить максимальные для себя выгоды. На самом деле все люди стремятся достичь нескольких очень разнящихся эволюционных целей, таких как завоевание

> сексуального партнера, защита от опасности и обеспечение статуса. В этом заключается важное различие. В зависимости от того, какая эволюционная цель стоит перед человеком, он сознательно или бессознательно будет демонстрировать те или иные когнитивные искажения и принимать самые разные решения.

Эти обманчиво простые положения имеют глубинное отличие от ранее имевшихся взглядов на процесс принятия решений. Они означают, что наши действия, как, например, те, которые совершали Элвис Пресли и магараджа Раджиндер Сингх, зачастую подсознательно управляются сложными эволюционными целями. И эти положения предполагают даже нечто более радикальное: в принятии решений участвует еще кто-то, помимо нас.

Обычно мы отождествляем себя с одним собственным **Я** , но на самом деле **наш разум состоит из нескольких субличностей, каждая из которых преследует определенную эволюционную цель и имеет различный набор приоритетов.** Вы принимаете те или иные решения в случаях, когда пытаетесь покорить привлекательного партнера, отбиться от хулиганов или подняться в иерархии местной общины. Хотя из-за такого склада ума вы кажетесь непоследовательным и иррациональным, многие из ваших решений на глубоком эволюционном уровне являются более рациональными, чем могли бы себе представить великие философы.

Общий план территории исследований

Предлагаем вам совершить путешествие в глубины сознания наших предков.

Каждая глава начинается со знакомства с таинственными аспектами процесса принятия человеком решения. Почему три профессиональных игрока в американский футбол обанкротились? Как большая группа инвесторов, вполне проницательных и разумных в других обстоятельствах, позволила Бернарду Мейдоффу[2] обобрать их на миллионы и миллионы долларов.

Чтобы разрешить все эти головоломки, мы рассмотрим новейшие научные открытия, заглянем за занавес и проверим каждое доказательство. По мере прочтения книги вы обнаружите тесную связь между стриптизершами, находящимися в периоде овуляции, финансистами Уолл-стрит, ошалелыми от прилива тестостерона скейтбордистами, Элвисом Пресли и вами.

Вот как организовано наше путешествие по закулисью. **В главе 1 («Рациональность, иррациональность и погибшие члены клана Кеннеди»)** мы представляем идею глубинной рациональности путем сравнения замечательно рационального человека Джозефа Патрика Кеннеди с его известными своей иррациональностью потомками.

В главе 2 («Семь субличностей») мы более тщательно знакомим вас с вашими субличностями и поразмышляем о том, являетесь ли вы, а также Мартин Лютер Кинг-младший лицемерами или просто жертвами обычного множественного расстройства личности.

В главе 3 («Домашняя экономика против экономики Уолл-стрит») мы исследуем, какая из наших субличностей договаривается с другими людьми, и рассматриваем некоторые неудобные проблемы, возникшие, когда корпорация «Уолт Дисней Компани» перестала быть семейным предприятием.

В главе 4 («Детекторы дыма в нашем мозгу») мы разбираем те искажения и ошибки, которые склонна совершать каждая из наших субличностей, и постараемся понять, почему люди в одной африканской стране скорее выбирают голод, нежели получение помощи.

В главе 5 («Современный пещерный человек») мы изучаем вопрос, как понимание

---

[2] Американский бизнесмен, бывший председатель совета директоров фондовой биржи NASDAQ. Обвинен в создании финансовой пирамиды, возможно, крупнейшей в мире. В 2009 году осужден на 150 лет заключения. — *Примеч. пер.*

наших субличностей помогает нам в принятии более совершенных решений, выясняя, в частности, почему необразованные племена в глубинах Амазонии могут решать такие логические задачи, которые ставят в тупик студентов Гарварда.

В главе 6 («Быстрая жизнь и ранняя смерть») мы задаемся вопросом о том, как наши субличности изменяются в течение жизни, и пытаемся понять, почему многие люди, вышедшие из бедности и ставшие богатыми, кончают банкротством.

В главе 7 («Золотые “Порше” и зеленые павлины») мы спрашиваем, могли бы люди приобрести блестящий золотой «Кадиллак» и унылую зеленую «Тойоту-Приус», руководствуясь одними и теми же соображениями, хотя и не осознавая их.

В главе 8 («Гендерная экономика: мужская и женская») мы пытаемся глубже рассмотреть, как различаются су б личности у мужчин и женщин, и понять, почему в одних сообществах мужчины тратят доход, полученный за несколько лет, чтобы добиться благосклонности женщины, а в других — семья женщины выплачивает огромное приданое, чтобы купить ей партнерство мужчины.

В главе 9 («Паразиты в охоте за нашей глубинной рациональностью») мы исследуем мрачную сторону проблемы, а именно — как наши в обычных условиях устойчивые рациональные мотивы открывают нас для эксплуатации умными паразитами современного мира, многие из которых прячутся за респектабельными деловыми костюмами и приятными улыбками.

Ваши гиды

Вашими гидами в этом путешествии будут Дуглас Кенрик и Влад Гришкевичус. В определенном отношении весьма удивительно, что мы оба оказались в одной лодке. Дуглас вырос в неблагополучном районе Нью-Йорка и, казалось, был обречен на то, чтобы присоединиться к своим родственникам-мужчинам в государственной тюрьме Синг-Синг.

Влад родился в Литве в те времена, когда она еще была частью Советского Союза, в том регионе, который с большей вероятностью производил картофелеводов, чем университетских профессоров. Дуглас сумел избежать криминальной жизни и вместо этого стал эволюционным психологом, который провел сотни научных исследований по темам, варьирующимся от секса и убийства до любви и альтруизма.

Влад выскользнул из-за железного занавеса и после того, как насладился прелестями жевательной резинки со вкусом арбуза, отправился изучать экономику и социальную психологию среди капиталистов. В настоящее время он — профессор маркетинга, занимается исследованиями и читает лекции по поведению потребителя, рекламе и принятию решений. У нас был один и тот же блестящий наставник — Боб Чалдини, также мы сотрудничали с группой очень талантливых коллег, многие из которых внесли значительный вклад в ту научную революцию, которая описана в этой книге.

Суть большинства открытий, которые мы упомянем, ранее излагалась в научных журналах, а некоторые широко освещались в прессе. Однако ученым только предстоит создать большое полотно, объединяющее наши открытия и открытия коллег с работами других психологов, экономистов, специалистов по процессу принятия решений и антропологов.

В данной книге мы пытаемся представить вам широкую красочную картину, показывающую, **почему близкое знакомство с внутренними составляющими человека как рационального животного имеет такую важность для капитанов бизнеса и рабочей массы, ученых-экономистов и их коллег, действующих в реальном бизнесе, политиков и их избирателей, учителей и тех из нас, кто еще многому должен научиться.**

Глава 1. Рациональность, иррациональность и погибшие члены клана Кеннеди

Джозеф Патрик Кеннеди был блестящим образцом рационально мыслящего экономиста. В возрасте 25 лет он стал самым молодым в Америке президентом банка и как-то заявил газетному репортеру: «Я хочу стать миллионером к 35 годам». В 1915 году это было трудноосуществимым желанием. Тогда средний годовой доход едва достигал $ 1 тыс., а буханка хлеба стоила девять центов. Однако Кеннеди успешно продвигался к намеченной высокой цели, став игроком на Уолл-стрит, и в 1922 году в ходе одной только сделки получил прибыль в $650 тыс. Кеннеди продолжало везти, даже когда фондовый рынок рухнул (банкир успел вовремя продать свои активы). Безупречная интуиция Кеннеди вновь сработала в 1933 году: он организовал выгодный контракт с компанией по производству виски «Дьюаре» для импорта спиртного в США — как раз накануне отмены сухого закона.

А когда начала быстро развиваться киноиндустрия Голливуда, Кеннеди с партнерами создал студию «РКО Пикчерс»[3] стоимостью более $80 млн.

Джо Кеннеди демонстрировал также рациональную заботу о своей личной жизни. Когда бюджет картины с участием кинозвезды Глории Суонсон, с которой у него был роман, превысил лимиты, он бросил актрису, оставив ее расплачиваться с долгами. Позднее Кеннеди переключил амбиции с денег на политику, став американским послом в Великобритании и ведя интриги, с тем чтобы сделать своего старшего сына президентом США.

Но удача, улыбавшаяся этому ирландцу, не сопровождала жизненный путь его потомков. Обворожительный Джозеф, старший сын, который, как надеялся Кеннеди, мог стать президентом США, погиб в возрасте 29 лет в ходе бомбардировочного полета во время Второй мировой войны. Казалось, что красивая дочь Кэтлин вступила в замечательную жизнь, после того как вышла замуж за Уильяма Кавендиша, наследника герцога Девонширского. Но она стала вдовой спустя всего четыре месяца после свадьбы — Кавендиш был убит в бою. Сама Кэтлин погибла в 1948 году в авиакатастрофе. Второй сын Джо, Джон, избранный президентом, был убит во время знаменитого покушения 22 ноября 1963 года. Третьего сына Джо Кеннеди, Роберта, застрелили в ходе его президентской избирательной кампании в 1968 году. Младший сын, Тедди, едва избежал гибели, когда на скорости съехал в реку с моста Чаппакиддик, причем его пассажирка Мэри Джо Копечне погибла.

Дела у следующего поколения клана Кеннеди обстояли еще хуже. Внук Джозефа Кеннеди, Дэвид, умер от передозировки наркотиков в гостиничном номере в Майами. Брат Дэвида, Майкл, погиб в 1999 году, катаясь на горных лыжах. Джон Ф. Кеннеди-младший, поразительно красивый сын бывшего президента, нашел трагический конец в холодных ночных водах залива неподалеку от Лонг-Айленда, когда пилотируемый им самолет потерпел крушение. В данном месте нашего повествования вы должны были бы расслышать в отдалении грустную органную музыку. Этих событий хватило для того, чтобы один из бывших главных редакторов «Нью-Йорк Таймс» написал книгу «Проклятие клана Кеннеди».

Как же так могло произойти, что Джо Кеннеди в течение всей своей жизни принимал правильные решения, а его потомков словно затягивало в омут неудачных выборов? Тайна клана Кеннеди ярко иллюстрирует гораздо более широкий вопрос: и все-таки решения людей являются рациональными или иррациональными? Мнения экспертов по этой проблеме диаметрально расходятся. Некоторые утверждают, что наши решения в абсолютном большинстве рациональные. Другие считают, что решения человека зачастую являются иррациональными, а иногда даже трагически глупыми.

В этой книге мы предлагаем третью точку зрения, которая базируется на научных открытиях, проводящих связь между поведением человека и других представителей животного мира. Хотя нередко решения людей кажутся нелепыми, но если вы попробуете

---

[3] Одна из пяти киностудий-мэйджоров классического Голливуда. Создана в 1928 году. Прославилась фильмами «Кинг-Конг», «Рио Рита» и др. — *Примеч. пер.*

заглянуть внутрь явления, во многих случаях они станут для вас глубоко рациональными.

Однако чтобы увидеть то, что скрыто за внешней стороной, мы должны радикально изменить рамки, в которых думаем о человеческом мозге. Вместо вопроса, достаточно ли хорош наш мозг для решения современных проблем типа инвестирования на Уолл-стрит или успешной сдачи тестов для поступления в университет (так называемые SAP — академические оценочные тесты), нам следует скорее поинтересоваться, как человеческий мозг решает коренные проблемы, с которыми сталкивались наши предки на протяжении сотен тысяч лет.

Рассматривая современный тип поведения через широкоугольный объектив эволюции, мы можем получить новое понимание того, как люди принимают решения.

Такой новаторский метод мышления видоизменяет наши взгляды на рациональность и открывает удивительную скрытую мудрость в бессмысленных на первый взгляд решениях, включая те, которые принимались членами клана Кеннеди, вашими коллегами, вашими близкими и вашим биржевым брокером.

Как мы обнаружим, более глубокое понимание удач и неудач в жизни семьи Кеннеди позволит нам увидеть нечто фундаментальное в нас, наших друзьях и соседях и в целом в человеческой природе. Давайте же ближе рассмотрим решения Джо Кеннеди и его потомков глазами ученых трех очень разных школ.

Рациональный человек: люди как экономические модели

Одно из объяснений всех удач и несчастий, сопровождавших клан Кеннеди, основывается на классической точке зрения, которая доминировала в нашем представлении о процессе принятия решений на протяжении более века, а именно — на понятиях рациональной экономики. Вы знакомы с этими соображениями, если проходили курс организации бизнеса либо курс экономики или если вы регулярно просматриваете газетные статьи о финансах. Такой взгляд получил хорошее карикатурное отображение в кинофильме «Уолл-стрит», в котором хладнокровный и расчетливый Гордон Гекко провозглашает: «Жадность — это хорошо!», а игрок-профессионал Роджер Барнс ставит извечный вопрос: «А что в этом для меня лично? »

Рациональные экономисты и других людей считают рациональными. Чтобы лучше представить себе рационального экономиста, вообразите некого человека в прекрасно сшитом деловом костюме, сидящего за компьютером. При этом у него над головой мерцает бегущая строка показателей фондового рынка.

Продираясь сквозь горы информации, наш типичный рациональный экономист выбивает дробь цифр и набрасывает математические уравнения на клочках бумаги, прерываясь лишь на кофе-брейки с тройным эспрессо. Правда, в реальном мире типажи рациональных экономистов весьма разнообразны, и не все из них надевают деловые костюмы, отправляясь на работу на Уолл-стрит. Однако рациональные экономисты разделяют убеждение в том, что человеческие решения следует анализировать только с точки зрения рационального личного интереса индивидуума.

Любое решение — будь то продвижение своего старшего, а не младшего сына в президенты, импортирование алкоголя, обращение к шоу-бизнесу или интрижка с голливудской красавицей и последующий разрыв отношений — имеет сухой остаток в виде вопроса: «А что здесь важно для меня лично?»

В соответствии с упомянутой точкой зрения мы принимаем решения в виде ультрарациональных экономических моделей. Как Джо Кеннеди или Гордон Гекко, среднестатистический человек отлично представляет, какие решения лучше всего обеспечат его личный интерес. Подобно Джо Кеннеди, решавшему продать свои активы или расстаться

с Глорией Суонсон, мы основываем свой выбор на максимально доступной нам информации.

Разумеется, мы не можем предугадывать будущее со всей определенностью. Поэтому порой наблюдаем непредвиденные события. Эти случайности поддаются статистическому расчету. Однако в том, что касается фондовой биржи или авиакатастроф, решение, являющееся вполне оправданным для других обстоятельств, оказывается неудачным.

С точки зрения рациональной экономики трагическая цепочка смертей среди второго и третьего поколения клана Кеннеди не обусловлена каким-то мистическим проклятием, а скорее выглядит как череда неудачных ставок — ничего более магического, чем случайные эпизоды невезения.

Иррациональный человек: люди как глупцы

Однако существует и совсем другое объяснение бедствий, постигших семью Кеннеди. Вполне возможно, потомки Джо Кеннеди несли на себе проклятие не столько невезения, сколько плохих решений. «Проклятие семьи Кеннеди, — утверждает обозреватель “Нью-Йорк Таймс” Сэнди Грэди, — происходит от их поведения, свойственного храброму мачо и переходящего порой в безрассудство».

С определенностью эти слова можно отнести к самой первой трагедии — смерти Джо-младшего. Старший сын Кеннеди совершил уже достаточное количество бомбардировочных вылетов, чтобы подать рапорт о демобилизации, но он дерзко вызвался лететь на бомбардировщике с полным боезапасом в атаку на хорошо укрепленные немецкие артиллерийские батареи. Такое же поспешное решение принял и внук Кеннеди Майкл, который погиб, совершая на горных лыжах футбольные зигзаги на поросших лесом крутых склонах. И когда автомашина Тедди Кеннеди нырнула в реку с моста Чаппакиддик, это был не случай невезения, а скорее последствия бурной вечеринки и пример плохого решения.

Такой взгляд на проклятие семьи Кеннеди как на результат неправильных решений хорошо вписывается в наиболее популярную сегодня точку зрения на осуществление выбора — наши суждения и решения часто неверны и иррациональны.

Подумайте над следующей ситуацией.

> Человек А стоит в очереди за билетом в кассу кинотеатра. Когда он подходит к окну, ему говорят, что он миллионный посетитель и выиграл $100.
>
> Человек Б стоит в очереди в другом кинотеатре. Мужчина впереди него подходит к окну, где ему говорят, что он миллионный посетитель и выиграл $1000, а наш человек Б может получить $150 как стоявший в очереди непосредственно за победителем.
>
> Кем бы вы хотели быть: человеком А или человеком Б?

Если только вы не испытываете аллергию на деньги (как люди, покрывающиеся сыпью при прикосновении к никелевым монетам), то рациональный экономист будет ожидать, что любой разумный человек выберет вариант Б, в котором участник получает на $50 больше, чем в варианте А. Но на самом деле многие люди предпочли бы занять место человека А, приняв иррациональное решение отказаться от лишних $50, просто чтобы избежать неприятного чувства, связанного с тем, что они были так близки к получению $1 тыс.

Такое иррациональное когнитивное искажение известно под названием *«неприятие потерь»*. Это свойственное людям стремление больше сосредоточиваться на потерях, чем на выигрышах. Данное отклонение было открыто лауреатом Нобелевской премии Даниэлем Канеманом и его коллегой Амосом Тверски, двумя первопроходцами в области поведенческой экономики, симбиоза экономики и экспериментальной психологии.

Специалисты в области поведенческой экономики — это строгие ученые, которые обычно работают в лабораториях, проводя эксперименты и исследуя поведение человека. Однако ученые в этой области обладают также и чувством юмора, любят выискивать человеческие слабости, рассматривать их под микроскопом и от души смеяться над общими

для всех нас проявлениями иррациональности. Представьте себе этакую личность в белом лабораторном халате, скрывающую под ним футболку с принтом группы «Роллинг Стоунз», под которым изображен большой красный язык.

Поведенческие экономисты полагают, что человеческий мозг имеет множество изъянов. В отличие от рациональных экономистов, которым наше сознание представляется этаким отполированным «Роллс-ройсом» с урчащим 12-цилиндровым двигателем и навигационной системой для поведенческих экономистов мозг человека больше похож на ржавый «Юго»[4], который тащится на трех цилиндрах и для навигации располагает всего лишь компасом на стикере.

Специалисты по поведенческой экономике в многочисленных научных трудах показывают, что перетрудившийся мозг часто не в состоянии принимать логические решения, которых от него ждут рациональные экономисты.

В мире существует столько книг и научных статей, раскрывающих изъяны нашего разума, что из них можно было бы составить целую библиотеку.

Открыв страницу «Когнитивные искажения» в «Википедии», вы увидите список из 97 обнаруженных отклонений в работе нашего мозга. Поскольку вам нужна добрая порция юмора, пока вы ожидаете техпомощь в сломавшемся «Юго», давайте посмотрим на некоторые забавные ментальные отклонения.

Прежде всего разберем явление, называемое *ошибка игрока* , — иррациональное стремление человека думать, что вероятность желаемого исхода зависит от предыдущих исходов случайного события.

Это заблуждение проявляется, в частности, когда люди, подбрасывая монету, получают пять орлов кряду. Затем они вдруг приходят к мысли, что в следующей попытке чрезвычайно высоки шансы выбросить решку. А это, конечно, глупо, поскольку следующая попытка все равно дает вероятность выпадения орла или решки 50 на 50% , независимо от того, что происходило ранее.

Гарп, герой новеллы Джона Ирвинга «Мир по Гарпу», совершает ошибку, решив приобрести дом сразу после того, как в него врезался небольшой самолет. При этом Гарп обосновывает свой выбор тем, что вероятность подобной авиакатастрофы в будущем равна нулю. А когда жена одного из нас ждала третьего ребенка после рождения двух дочерей подряд, некоторые люди были уверены, что она просто «должна» родить мальчика.

Следующее когнитивное искажение мы определим как *эффект знания задним числом* — иррациональное стремление человека реагировать на новую информацию по типу «Я знал все это заранее». Перед президентскими выборами люди в достаточной степени уверены, что их кандидат победит. Но через несколько месяцев после подсчета голосов те, кто поддерживал, скажем, Митта Ромни или Джона Кэрри, заявляют, что они заранее знали о проигрыше этих кандидатов.

Наш мозг буквально пронизан различными искажениями, как, например, таким, которое можно назвать *иллюзией кластеризации* . Это склонность человека видеть систему там, где ее нет. Например, некоторые люди убеждены в том, что удачная серия трехочковых бросков, выполненных одним баскетболистом, является свидетельством его особой «золотой руки». Хотя статистика показывает, что это всего-навсего случайная полоса везения.

> Вот небольшой эксперимент, который вы можете провести у себя дома. Подбросьте монету 20 раз, запишите последовательность выпавших орлов и решек, а затем спросите одного из приятелей, видит ли он в этом признаки системы. Если ваши друзья такие же, как и большинство людей, они быстро найдут в последовательностях некую систему, хотя все выпадения монеты были случайными.

---

[4] Дешевая югославская малолитражка, производившаяся заводом «Застава» в городе Крагуевац до 2008 года. — *Примеч. пер.*

Ошибка игрока, эффект знания задним числом и иллюзия кластеризации — лишь верхушка айсберга иррациональности. К этому можно прибавить ошибку в оценке базовой информации, эффект фальшивого консенсуса, ошибку в переоценке частного в противовес общему, эффект Барнума, эффект псевдоуверенности, фундаментальную ошибку атрибуции, эффект страуса и еще более 90 других.

Основываясь на доказательствах существования ошибок мозга, специалисты в поведенческой экономике категорически не согласились с традиционными описаниями людей как рациональных экономических моделей, подобных компьютеру. С точки зрения поведенческих экономистов вам необязательно быть Кеннеди, чтобы принимать неправильные решения. Сотни исследований показали, что решения людей часто не проработаны, иррациональны и направлены против собственных интересов, даже когда их принимают так называемые эксперты. Все эти врожденные девиации сознания дают основания предполагать, что мы являемся не ультрарациональными экономическими существами, а, скорее, непроходимыми глупцами.

Глубокая рациональность: люди как животные

Однако действительно ли люди являются такими уж законченными глупцами, которые настойчиво принимают неправильные решения, идущие вразрез с их собственными интересами? Если более пристально посмотреть на историю клана Кеннеди, то окажется, что решения его членов не были абсолютно бессмысленными. Несмотря на все трагедии, произошедшие на протяжении половины столетия между авиакатастрофами, унесшими жизни Джо-младшего и Джона-младшего, семья Кеннеди не может считаться находящейся во власти проклятия.

После происшествия на Чаппакиддике Тедди Кеннеди стал четвертым по длительности пребывания в сенате политиком в истории Америки. А последующее поколение Кеннеди включает в себя членов палаты представителей, вице-губернаторов, весьма успешных бизнесменов, кинопродюсеров и филантропов. Эти потомки Кеннеди также вроде бы осенены «проклятием» излишнего богатства, возможностей и связей с другими богатыми и влиятельными людьми. Но несмотря на отдельные несчастливые решения, представляется, что потомки Джо Кеннеди сделали также и немало удачных выборов.

Хотя члены клана Кеннеди могут и не быть ультрарациональными экономическими моделями, они определенно не являются глупцами. То же самое относится ко всем нам. Некоторые решения раздражают своей слабой информационной подготовкой, и все же люди довольно успешно двигаются вперед. А решения наших зачастую беспомощных родителей и их необразованных, безграмотных предков были, по меньшей мере, достаточно правильными, чтобы позволить нам сейчас рассуждать на эту тему.

Тот факт, что вы сейчас спокойно читаете эту книгу вместо того, чтобы рыскать по лесу в поисках хотя бы скудного пропитания или опасаться страшных хищников, стал возможен благодаря нашему развитому мозгу. *Homo sapiens* является самым успешным членом большой семьи обезьяноподобных и, хотя это небесспорно, одним из самых успешных видов на планете. Выжить в невообразимых условиях человеческому существу позволил мощный мозг. Тогда почему же современная наука объявила самое креативное существо на планете иррациональным глупцом?

Споры о рациональности или иррациональности человеческих решений тормозились важнейшим ограничителем: в большинстве случаев игнорировался тот факт, что человек является частью животного мира. Сконцентрировав внимание только на людях как высшем виде и игнорируя их положение в природе, мы приняли несколько деревьев за лес. Но, правильно организовав работу с имеющимися у нас инструментами и определив, где находится место человека среди приматов, млекопитающих и других представителей животного мира, мы можем по-новому взглянуть на самих себя.

Этот широкоугольный формат зрения используется нашим третьим ученым — эволюционным психологом. Хорошо разбираясь в экспериментальной психологии, антропологии и эволюционной биологии, он наблюдает широкую картину мира, изучая совпадения и различия между животными и человеком во всех уголках мира. Представьте себе кого-то, одетого в рубашку цвета хаки, с парой биноклей и книгой Дарвина «Происхождение видов», торчащей из потрепанного рюкзака. Разумеется, не все эволюционные психологи вписываются в этот стереотип (некоторые носят костюмы и работают в отделах маркетинга), но каждый из них глубоко привязан к дарвиновским идеям, побуждающим к тому, чтобы размышлять о человеческих существах так же, как эволюционные биологи думают о других животных.

Биологи полагают, что все животные имеют мозг для того, чтобы обеспечить достижение максимального успеха в ходе эволюции. Для описания такого явления ими используется термин «приспособляемость». Эволюционные психологи относят данное предположение и к человеку как представителю животного мира. Это не означает, что люди постоянно и сознательно задаются вопросом: «Как то или иное решение обеспечит мне успех в репродуктивной сфере? » Но это говорит о том, что, как и в случае с животными, естественный отбор наделил человека мозгом, устроенным так, чтобы принимать решения, постоянно увеличивающие шансы наших предков на передачу своих генов следующему поколению.

Выбор, осуществляемый вами, нами и членами клана Кеннеди, имеет информационное обеспечение благодаря глубинной мудрости, накопленной тысячелетиями, в течение которых наши праотцы успешно решали вопросы существования и взаимообмена. Это означает также и то, что в черепах современных людей помещается мозг человека каменной эры, сконструированный в той действительности и предназначенный для принятия решений, позволяющих справиться с проблемами, с которыми регулярно сталкивались наши предки.

С точки зрения эволюционного психолога и адепты классической рациональной экономики и современные поведенческие экономисты частично и правы, и неправы. Поведенческие экономисты правы в том, что процесс принятия нами решений имеет искажения, которые иногда приводят нас к неверному выбору. Но это вовсе не означает, что человеческие решения в большинстве своем глупые. Справедливо и мнение рациональных экономистов о глубокой рациональности и правильности наших решений, однако эта рациональность не такая, какой они ее себе представляли на протяжении длительного времени.

Неприятие потерь у обезьян и людей

Как вы полагаете, что произведет на человека большее эмоциональное воздействие: если он найдет $50 на улице или обнаружит, что $50 исчезли из его кошелька?

Если вы походите на других людей, то больше на вас повлияет потеря денег. Хотя люди в разумной степени радуются, когда находят деньги, все же они по-настоящему расстраиваются, обнаружив их утрату. Это суть эффекта неприятия потерь: психологически человек сильнее переживает потерю, чем равное по размерам приобретение. Для экономиста неприятие потерь иррационально, поскольку $50 остаются $50 независимо от того, нашли вы их или потеряли. Но является ли неприятие потерь такой уж глупостью? Давайте рассмотрим его с точки зрения эволюции.

До последнего времени предполагалось, что только человеческим существам свойствен эффект неприятия потерь. Однако новые исследования свидетельствуют, что он простирается гораздо глубже по линии нашей эволюции. В серии экспериментов, проведенных Венкатом Лакшминарайяном, Кейт Чен и Лаури Сантос из Йельского университета, обезьянам-капуцинам предлагались своеобразные жетоны, на которые они могли «купить» вкусные дольки яблока. Хотя обезьянки никогда не проходили курс экономики, они быстро научились использовать жетоны в качестве денег. Но исследователи

придумали для них более хитрую задачу, предоставив животным выбор в приобретении долек яблока у двух разных людей. Человек 1 всегда показывал одну дольку и давал ее капуцину в обмен на жетон. Человек 2 каждый раз демонстрировал обезьянкам два кусочка, но давал за жетон только один из них.

С экономической точки зрения оба исследователя предлагали абсолютно равноценную сделку: один ломтик яблока за один жетон. Но человек 2, сначала показывая два куска, а затем давая один, концентрировал внимание капуцинов на том, что они теряли вторую дольку. И обезьянки уверенно предпочитали иметь дело с человеком 1, хотя в экономическом плане человек 2 предлагал им аналогичную сделку. Точно так же, как и люди, обезьяны не любят ощущения потери.

Был бы мозг человека (и обезьяны) настроен на неприятие потерь, если бы эта девиация постоянно приводила наших предков к неправильному выбору? Скорее всего, нет. В том, что наш мозг пришел к его нынешнему развитию с данным отклонением, имеется глубокий смысл, поскольку это когнитивное искажение исторически обеспечивало такие решения, которые повышали приспособляемость человека.

Естественный отбор — весьма эффективный процесс, поэтому если такие элементы поведения обнаруживаются как у человека, так и у других биологических видов, то лучше считать их результатом приспособляемости, а не какой-то глупостью.

При рассмотрении с точки зрения успеха эволюции многие из принимаемых людьми внешне иррациональных решений оказываются не такими уж неправильными. Большинство животных, включая и современников людей — обезьянок-капуцинов, всегда существовали на грани выживания. Палеонтологи, изучающие ранние человеческие цивилизации, нашли свидетельства того, что наши предки часто сталкивались с засухами и похолоданиями. Когда вы живете под угрозой голода, даже незначительное уменьшение запасов продовольствия повлияет на вас гораздо сильнее, чем их небольшое увеличение.

Антропологи, изучающие людей, живущих до наших дней в общинах и занимающихся охотой, собирательством и примитивным земледелием, обнаружили, что эти существа постоянно делают выбор в пользу получения не больших объемов пищи, а, наоборот, пусть недостаточных, но связанных с наименьшей опасностью. Другими словами, люди повсеместно настроены на то, чтобы прежде всего не опуститься ниже того уровня, который обеспечивает пропитание им и их семьям. Если бы наши предки не переживали так из-за потерь, а, напротив, стремились использовать все шансы только для того, чтобы получить больше добычи, скорее всего, они проиграли бы и никогда не стали бы нашими прародителями.

Хотя сегодня мы, возможно, живем в других условиях по сравнению с нашими предками из ледникового периода, мозг мы унаследовали от них. Поэтому для понимания нашего поведения в современном мире необходимо посмотреть на этот объект с широкого угла зрения. Эволюционные психологи пытаются соединить различные нити, сплести воедино разнообразные открытия в психологии и экономике с достижениями антропологии и биологии.

Когда мы рассматриваем логику принятия решений в ее глубинном аспекте и в многообразии животного мира, становится ясно, что осуществление выбора всеми живыми существами, включая нас, направляется стремлением продвинуться к давно укоренившимся в природе эволюционным целям.

Это очень важно, поскольку предполагает, что многие искажения в принятии решений, ошибки и неправильные оценки могут быть не недостатками конструкции нашего мозга, а его неотъемлемыми составляющими.

Поверхностные и глубинные причины поведения

Представьте себе, что у вас есть подруга, которая только что потратила $5 на кекс с шоколадной начинкой, и вы хотите узнать причину, по которой она это сделала. Вы спрашиваете ее: «Почему ты купила этот кекс?» Возможно, она просто скажет: «Я голодна». Если бы ваша подруга была более склонна к анализу, она могла бы упомянуть, что ей нравится вкус шоколада и что она не смогла устоять перед восхитительным запахом свежеиспеченного кекса.

Эти объяснения относятся к тому, что биологи называют *поверхностными причинами* . В данном случае ассоциация с поверхностью означает, что причины эти «близкие». Они указывают на относительно близкие и непосредственные мотивы действий, например, что я сейчас ощущаю или думаю.

Поверхностные причины важны, но они раскрывают только внешнюю сторону явления и не отвечают на более глубокий вопрос: почему же вкус кексов кажется таким восхитительным?

Этот вопрос нацелен на то, что биологи называют *глубинными причинами* . Их прояснение уводит нас с поверхности вглубь, заставляя сконцентрироваться не на непосредственных импульсах нашего поведения, а на их эволюционной функции.

Данный процесс ставит перед нами вопрос о том, какую роль та или иная склонность человека могла играть в жизни его предков. В случае с кексом у всех нас — человеческих существ — загораются глаза, как только мы видим, вдыхаем аромат или потребляем пищу, богатую сахаром и жирами.

Такой механизм привязанности к кексам существует потому, что стремление к богатой калориями пище помогало нашим праотцам запасать энергию и выживать в условиях, в которых питательная еда была зачастую труднодоступной.

Это глубинная причина предпочтения, оказываемого большинством людей жирным и содержащим много сахара кексам гораздо более здоровому, низкокалорийному и не содержащему жира овощному супу. Хотя поверхностной причиной радостной покупки за $5 кекса с тройной шоколадной начинкой может быть любовь вашей подруги к приятному запаху выпечки, глубинным объяснением этого поступка является то, что выбор богатой сахаром и жирами пищи помогал решать критическую эволюционную задачу выживания.

Экономисты и психологи всех течений обычно занимались только **поверхностными причинами человеческого поведения.**

На поверхностном уровне люди ведут себя так, а не иначе скорее потому, что хотят комфортно себя чувствовать.

Люди стремятся к удовольствиям, счастью либо удовлетворению, а также стараются избежать боли, тоски или отчаяния. Экономисты определяют все поверхностные причины как обеспечивающие «выгоду». Если вы спросите экономиста, почему тот или иной человек сделал то-то и то-то, ответом всегда будет: «Ради выгоды». Например, решив выбросить $200 за ужин в «Кафе Сидней»[5] в Австралии, я посчитал, что выгоды, получаемые мной от созерцания потрясающих видов Сиднейской бухты, прекрасно поданных и умеренно острых блюд смешанной кухни и бутылки восхитительного вина «Хантер Вэлли Семийон», значительно превосходят ту выгоду, которую я получил бы, потратив 20 раз по $10 в «Макдоналдсе».

Проанализировав научную литературу по проблеме принятия решений, вы найдете в

---

[5] Один из известнейших ресторанов Австралии, расположенный на берегу Сиднейской бухты. — *Примеч. пер.*

основном поверхностные объяснения тех выборов, которые делает человек. Другая же половина этой истории — **глубинные причины поведения** — почти не освещена.

Эти глубинные причины трудно разглядеть, особенно если вы даже не представляете, что нечто еще скрывается под поверхностью. В некоторых случаях связь между поверхностными и глубинными причинами поведения человека проявляется достаточно наглядно. В ситуации с шоколадным кексом непосредственное объяснение «Я была голодна» имеет прямое отношение к глубинной причине получения калорий для выживания. Но часто связи между поверхностными и глубинными причинами не так прозрачны. Подумайте над вопросом, почему птицы каждый год мигрируют. Поверхностная причина проста: дни становятся короче, и их протяженность срабатывает в качестве пускового механизма, зовущего птиц совершить перелет.

Но глубинная причина в данном случае не имеет ничего общего с долготой дня. На самом деле она определяется тем, что лучшие места для пропитания и спаривания птиц меняются со сменой времен года.

Когда самец иволги решает пуститься в очередное ежегодное путешествие из Балтимора, штат Мэриленд, в Боготу, Колумбия, птице не нужно знать о взаимосвязях между продолжительностью дня, временами года, способом выживания и поиском партнерши для спаривания. Точно так же и мы, наблюдающие птиц гоминиды, обычно и не подозреваем о связи между непосредственными мотивами наших решений и глубинными эволюционными причинами, которые за ними стоят.

Чтобы принять решение здесь и сейчас, необязательно понимать, каким образом ваш выбор связан с удачами вашего предка. Ведь вам не нужно знать историю автомобилестроения или принцип работы двигателя внутреннего сгорания, чтобы повернуть ключ зажигания и поехать в супермаркет. Однако тот факт, что вам ничего не известно о глубинных причинах собственного поведения, еще не означает, что они не оказывают влияния на принятие вами решений на подсознательном уровне.

Влияние овуляционного цикла на подсознание

Представьте себя женщиной, отправившейся по магазинам за одеждой. Купите ли вы в чем-то отличные вещи в те дни, когда физиология вашего тела делает зачатие более возможным?

Способность женщины забеременеть зависит от ее менструального цикла, который у человеческого существа длится обычно около четырех недель. Женщина может забеременеть только в течение примерно недели из этого срока, которая известна как *фаза овуляции*. Если самки шимпанзе демонстрируют нахождение в фазе овуляции покраснением ягодиц, то в случае с человеком признаки этой фазы не так очевидны. Большинство молодых женщин студенческого возраста, если они не имеют специального образования или оборудования, даже не представляют, когда у них происходит овуляция. Означает ли это, что данный факт не оказывает влияния на поведение женщин?

Чтобы взглянуть на картину шире, профессор маркетинга Кристина Дуранте и ее группа исследователей отобрали молодых женщин, которые не принимали гормональных контрацептивов. Когда девушки прибыли для участия в эксперименте, их сначала отвели в туалетную комнату, где они помочились на специальные полоски-индикаторы. Хотя им сказали, что тест проводится в рамках общего врачебного осмотра, истинной целью опыта было установить, испытывают ли женщины гормональный прилив, связанный с овуляцией. Испытуемые, как пребывающие в овуляционной фазе, так и не находящиеся в ней, были затем приглашены к участию в онлайн-шопинге — их посадили за компьютеры, на которых были открыты веб-страницы, похожие на «Гэп» и «Олд Неви»[6]. Этот виртуальный магазин

---

[6] Американские сети магазинов по продаже одежды. Первая базируется в Сан-Бруно, Калифорния; вторая — в Нью-Йорке. — *Примеч. пер.*

предлагал более сотни наименований одежды и аксессуаров: брюк, юбок, блузок, обуви, наплечных и ручных сумок. Однако все товары были заранее отобраны по особой схеме. Половина из них выглядела более сексуально, ярко и призывно, а другая половина — консервативно и скромно. Хотя ни одна из женщин группы не знала, находится ли она в фазе овуляции, те из испытуемых, кто был в периоде, пригодном для зачатия, выбрали более яркую и откровенную одежду — короткие юбки, высокие каблуки и открытые блузки, щедро демонстрирующие их тело.

Процесс овуляции меняет поведение женщины, даже если она не носит никакой одежды. Джеффри Миллер, Джош Тайбур и Брент Джордан привлекли к участию в исследовании весьма необычный контингент — 18 девушек, работавших стриптизершами в так называемых «клубах для джентльменов». Девушки вели учет своих чаевых в течение 16 дней, на протяжении которых ученые наблюдали за фазами их менструального цикла. Находясь в наименее пригодном для зачатия периоде, молодые женщины в среднем зарабатывали $185 чаевых за пятичасовую смену.

Но когда наступала фаза овуляции, их заработок увеличивался почти вдвое — до $335. Этот эксперимент позволил сделать вывод, что в фазе овуляции танцовщицы подсознательно вели себя более сексуально, давая возможность невидимому изменению в их гормональном состоянии продуцировать весьма наглядный экономический эффект.

Если бы вы спросили находящуюся в периоде овуляции женщину, почему она выбирает более сексуальное платье, она, вероятно, назвала бы поверхностную причину вроде: «Сегодня я чувствую себя раскованной» или «Сегодня мне хочется повеселиться». Такие объяснения позволяют понять, что происходит на поверхности, но они ничего не говорят нам о том, почему женщина в периоде овуляции испытывает жажду приключений. На глубинном уровне причины, по которым меняется женское поведение, являются гораздо более значимыми, чем мимолетное настроение дамы.

На протяжении эволюции поведение женщин имело наибольшие репродуктивные последствия в короткий период овуляции в рамках месячного цикла. В это время они могли забеременеть. У других млекопитающих овуляция изменяет поведение самки в плане максимизации возможностей оплодотворения в репродуктивный период (вспомните покраснение ягодиц у наших двоюродных сестер — шимпанзе). Гормоны в период овуляции действуют так же, изменяя решения женщины в направлении увеличения возможностей для спаривания именно в тот отрезок месяца, который был наиболее важен и для ее предков.

Поверхностной причиной более игривого поведения и вызывающего стиля одежды в период овуляции является то, что женщина в это время чувствует себя раскованнее. Но на глубинном уровне овуляция вызывает такое поведение женщины, которое должно сделать ее более желанной для партнера. Женщина ощущает себя непринужденной и игривой в особый отрезок времени, когда зачатие плода наиболее вероятно, поскольку эти чувства должны спродуцировать тип поведения, в максимальной степени отвечающий репродуктивным интересам ее предков. Стараемся ли мы понять, почему голодные люди едят кексы или зачем женщины в периоде овуляции покупают откровенные платья, в любом случае нам полезно знать глубинные, а не только поверхностные объяснения человеческого поведения.

Глубинные причины не противоречат поверхностным. Бессмысленно спорить о том, купила ли ваша знакомая кекс из-за того, что была голодна (поверхностная причина), или из-за того, что жирная пища с высоким содержанием сахара помогала ее предкам решать эволюционную задачу выживания (глубинная причина). Напротив, два уровня мотивации дополняют друг друга. Поверхностные причины объясняют то, что происходит на поверхности; глубинные причины позволяют понять то, что происходит на более глубоком, эволюционном уровне.

Почему же следует обращать внимание именно на глубинные причины человеческих решений? Потому что **поверхностные причины дают нам неполное и зачастую**

неудовлетворительное понимание поведения человека. Например, экономист может обнаружить, что некоторое число женщин покупают откровенные платья в период овуляции, и сделать на этом основании вывод о том, что сексапильная одежда особенно нравится всем женщинам в определенный отрезок менструального цикла. Но данный факт ничего не говорит нам о том, почему это происходит. По правде говоря, большинство традиционных экономистов вряд ли усмотрели бы в этом факте основание даже для постановки вопроса о том, зависит ли покупательский выбор женщин от их овуляционного цикла. И если бы экономисты натолкнулись на какую-то связь между этими двумя явлениями, они, скорее всего, заключили бы, что сексуальное поведение женщины во время овуляции само по себе иррационально, поскольку на поверхностный взгляд сегодняшние покупательницы или танцовщицы в барах могут не иметь сознательного желания забеременеть. Для понимания того, что в действительности происходит, мы и должны заглянуть внутрь явления.

Поиск глубинных причин, лежащих в основе нашего поведения, дает нам ценные идеи для осознания решений, которые будут восприниматься как странные при других условиях.

Поведенческие экономисты, например, открыли мириады ошибочных решений, заблуждений и отклонений. Но они, как в прачечной, предоставили нам лишь список пятен, не выработав объяснения причин, по которым люди совершают те или иные ошибки. Эволюционная психология, напротив, теоретически обосновывает просчеты. Как мы показываем в данной книге, эта легко применимая теория ошибок помогает не только оценить скрытую мудрость наших на первый взгляд бессмысленных решений, но также позволяет заранее предсказать, какие именно ошибки люди совершат и когда.

Клан Кеннеди и биология риска

Давайте еще раз посмотрим на проклятие семьи Кеннеди в свете различия между его поверхностными и глубинными эволюционными причинами. На первый взгляд члены семьи Кеннеди приняли много решений, кажущихся весьма неумными. Стремление делать рисковый выбор впервые появилось еще у самого Джо Кеннеди. Он стал самым молодым президентом банка, добившись этого буквально кровью — взяв в долг большие суммы денег и пойдя ва-банк против могущественных бостонских финансистов в сделке, которая могла закончиться для него весьма плачевно.

На самом деле не все рискованные решения Джо Кеннеди принесли успех. За несколько лет до осуществления знаменитой операции на Уолл-стрит, по итогам которой был сорван куш в $650 тыс., Джо потерял почти все свое состояние, вложившись по плохой подсказке в акции, позднее упавшие в цене вдвое. Будучи студентом Гарварда, он тоже совершал рискованные поступки. Несмотря на законы, запрещающие потребление алкоголя, Кеннеди поставлял большое количество выпивки на различные университетские вечеринки. Его алкогольный бизнес бурно расцвел в годы сухого закона, что в дальнейшем позволило наблюдателям делать догадки о его теневых связях с криминальным миром. (Крупный американский мафиози Фрэнк Костелло заявлял, что имел дела с Джо Кеннеди до того, как этот ирландец переключился на более законные виды предпринимательства.)

Джо Кеннеди рисковал также и в личной жизни. Несмотря на заметное место и авторитет в Бостонской католической общине, финансист имел романы со многими женщинами, а не только со звездой Голливуда Глорией Суонсон. Потомки Джо известны рискованными авантюрами, когда это касалось женщин и секса. Джон Ф. Кеннеди позорно использовал агентов секретной службы, чтобы они прикрывали его, когда он проводил красивых женщин в Белый дом. Такое поведение Кеннеди усугубило то, что одна из его любовниц была подругой мафиози дона Сэма Джанканы. Этот факт республиканцы позже сделали достоянием прессы. Внук Джо Кеннеди, Майкл, после интрижки с сидел-кой-

подростком чуть не угодил за решетку за изнасилование несовершеннолетней. Еще один внук Кеннеди, Уильям Кеннеди Смит, был обвинен несколькими женщинами в сексуальных домогательствах и один раз находился под следствием по обвинению в попытке изнасилования.

Что общего между всеми этими эпизодами рискованного поведения и эволюционной биологией? Оказывается, много. За внешней стороной дурных решений скрывается глубокая связь между рискованным поведением мужчины и успехом его репродуктивной функции. Женщин в разных обществах по всему миру привлекают амбициозные мужчины, которые готовы пойти на риск, чтобы стать успешными (мы еще поговорим о женской психологии в главе 8 «Гендерная экономика: мужская и женская»).

Все это, однако, не означает, что рискованные выборы, осуществляемые мужчинами, всегда ведут к успеху репродукции. Готовность к риску — это, в конце концов, врожденное качество. Но связь между риском и завоеванием партнера предполагает, что мужчины рискуют все же не бессистемно или от случая к случаю. Напротив, такая связь позволяет сделать вывод о том, что мужчина должен быть склонен к принятию более рискованных решений в случаях, когда его поведение приведет к созданию возможности для репродукции. Чтобы понять, как это работает, давайте опять заглянем вглубь. В парке для скейтбордистов в Квинсленде, Австралия, психологи Ричард Роней и Уильям фон Хиппель предложили 96 юношам по $20 за выполнение двух трюков на их роликовых досках. Мужчина-исследователь снимал скейтбордистов на камеру во время подготовки ими трюков. В процессе съемки на площадке появилась красивая 18-летняя девушка. Чтобы удостовериться в привлекательности девушки, ученые задали 20 другим молодым людям вопросы относительно ее внешности. Опрошенные не только поставили ей высший балл, но, как отметили исследователи, «сопровождали свои оценки весьма неформальными намеками и просили номер ее телефона». В присутствии красавицы скейтбордисты продемонстрировали трюки еще несколько раз, а затем у них взяли образцы слюны для определения уровня тестостерона в крови.

В ходе эксперимента было установлено, что перед красивой женщиной при выполнении трюков спортсмены отбросили в сторону всякую осторожность. Более рискованные упражнения часто заканчивались весьма жестким приземлением. Но вместе с тем у некоторых юношей стали получаться очень сложные трюки — такие, которые нравятся молодым женщинам, любящим панк-музыку группы «Дед Кеннедис». Это снижение безопасности действий спортсменов сопровождалось двумя открытиями, которые позволяют нам глубже проанализировать эволюционно-биологическую природу риска.

Первое — это автоматическое повышение уровня тестостерона у скейтбордистов после того, как на них стала смотреть привлекательная девушка. Большее количество тестостерона в крови, как правило, заставляет мужчину действовать быстрее и смелее. На самом деле при исполнении трюков сильнее рисковали те спортсмены, у которых был обнаружен наивысший уровень тестостерона.

Второе — исследователи провели у спортсменов тестирование медиальной префронтальной зоны, то есть той части мозга, которая включается в работу при оценке нами возможных удач и поражений. Когда девушка смотрела на молодых людей, они показывали более низкие результаты в данном тесте. Это позволяет предположить, что прилив тестостерона как бы «закрывает» область мозга, которая обычно отвечает за принятие взвешенных решений.

Данные находки важны с эволюционной точки зрения, поскольку они свидетельствуют, что демонстрация себя во всей красе перед женщиной увеличивает шансы мужчины привлечь ее как партнершу. Однако молодой мужчина должен быть готов отбросить всякую осторожность — так сказать, снять ногу с педали тормоза и давить на газ, а возможно, сделать что-то еще более неразумное и рискованное.

Скейтбордисты принимали решение об увеличении риска при выполнении трюков перед женщиной неосознанно. Это делали за них доставшиеся от предков подсознательные

механизмы. Они наполнили тела спортсменов тестостероном как раз в тот момент, когда за их поведением наблюдала женщина.

Эволюция сделала мужскую биологию настроенной на использование репродуктивных возможностей, таких как присутствие привлекательной женщины. С точки зрения передачи генов молодого человека было бы, конечно, хорошо, если бы он, перед тем как рисковать своим здоровьем, каким-то образом убедился в том, что смотрящая на него женщина способна в данный момент забеременеть. Но возможно ли это?

Данный вопрос изучался в лаборатории Университета штата Флорида психологами Солом Миллером и Джоном Мэнером, которые наблюдали за игрой мужчин в блек-джек. Если вы не частый посетитель казино, то поясняем, что блек-джек — это карточная игра, в которой вы можете играть относительно безопасно (отказываясь от новых карт после набора 16 и более очков), а можете рисковать (принимая новые карты и рискуя «перебрать», получив больше 21 очка). Ученые организовали эксперимент так, что за игрой мужчин всегда следила молодая женщина.

Точно так же, как и в случае с австралийскими скейтбордистами, игроки во Флориде рисковали больше, когда при их игре присутствовала женщина. Но в этом эксперименте ставки были повышены. В его ходе ученые отмечали, когда упомянутая женщина-помощник находилась в фазе овуляции. Хотя ей предписывалось носить одну и ту же одежду и вести себя одинаково каждый день, присутствие дамы, пребывающей в периоде овуляции, производило на игру мужчин в чем-то отличный эффект. В дни, когда женщина была наиболее готова к оплодотворению, игроки действовали агрессивнее.

Как мужчины понимали, что она находится в периоде овуляции? Они и не осознавали этого. Но об этом знали их тела. В дальнейших исследованиях ученые установили, что даже доходящий до мужчин запах от футболки женщины в фазе овуляции моментально приводит к значительному повышению уровня тестостерона в крови.

Теперь, когда мы вооружены информацией о тесной связи между биологией мужского риска и способностью мужчины к успешной репродукции, давайте вернемся к саге о семье Кеннеди.

Семейная склонность к риску привела многих членов этого клана к плохим решениям, неудачным результатам и даже к нескольким смертям. Риск — это всегда альтернатива. Принятие рискованных решений может привести к гибели, а может принести солидные приобретения в виде денег и общественного статуса.

При более глубоком рассмотрении вопроса можно прийти к выводу, что предпринимавшиеся мужчинами клана Кеннеди рискованные действия, в конце концов, увенчались получением самого ценного приза в королевстве эволюции — репродуктивным успехом. Вспомните, что женщин в различных обществах по всему миру привлекают мужчины, готовые к риску и успеху. Хотя рискованные решения привели некоторых потомков Джо Кеннеди к гибели, его гены процветают. На протяжении всего нескольких поколений гены этого ирландца буйно распространились, войдя в кровь 29 внуков и более 60 правнуков. И как мы отмечали ранее, эти потомки патриарха продолжают жить богатой и успешной жизнью, не лишенной, впрочем, отдельных рискованных поступков.

Глубинный вопрос

Так все же какими существами — рациональными или иррациональными — являются люди? С поверхностной точки зрения многие наши решения выглядят весьма глупо. Большинство из нас предпочтут быть тем человеком в очереди в кассу кинотеатра, которому повезло получить $100, а не тем, который получил $150, но не выиграл приз в $1 тыс. Ваше высказывание: «Нет, спасибо. Я обойдусь без лишних $50» будет совсем не в духе рациональной экономики. Многие беспокоящие даже на поверхностный взгляд склонности человеческого разума заставляют некоторых из нас серьезно сомневаться в том, что мы являемся рациональными экономическими моделями, и вместо этого полагать, что все люди

— глупцы с проблесками неясного разума.

Здесь мы позволим себе не согласиться. Нас скорее можно назвать не экономическими моделями или глупцами, а рациональными животными. Да, процесс принятия нами решений имеет свои девиации, и, конечно, выбор отдельных индивидуумов зачастую является ошибочным. Но под всеми этими когнитивными искажениями и просчетами лежит чрезвычайно мудрая система принятия решений, унаследованная нами от предков. **Для осознания процесса принятия решений мы должны задать вопрос: почему наш мозг эволюционировал до такой степени, чтобы делать те выборы, которые он делает сейчас?** Связывая воедино темы поведения человека и поведения других представителей животного мира, мы приходим к пониманию того, что

> **наш мозг сконструирован таким образом, чтобы принимать решения, которые позволяли нашим предкам лучше приспосабливаться к условиям существования.**

Но здесь нас ждет поворот в сюжете! То, что эволюционные силы управляют нашим поведением, еще не означает, что вы, я или последний правнук Джо Кеннеди заряжены исключительно на достижение единственной цели эволюции — максимальной приспособляемости. Примитивное утверждение, что люди ищут только выгоду, сродни заявлению о том, что они преследуют лишь цели приспособляемости. Напротив, и это мы обсудим позднее, процесс принятия человеком решения организован так, чтобы достичь целого набора разных целей эволюции.

Изучая, каким образом люди сталкиваются с этими эволюционными целями, ученые обнаружили нечто чрезвычайно важное: поиск ответов на данные вопросы требует от нас принятия решений различными и часто абсолютно несовместимыми способами. На самом деле само наше устройство несовершенно. Чтобы понять, почему это оказывает столь значительное влияние на наш выбор, давайте сделаем остановку в Алабаме и рассмотрим несколько головоломных решений, принятых Мартином Лютером Кингом-младшим.

Глава 2. Семь субличностей

28 сентября 1962 года Мартин Лютер Кинг-младший мирно сидел на сцене зала собраний в Бирмингеме, штат Алабама, когда некий мужчина из аудитории спокойно взошел на сцену и приблизился к нему. Неожиданно мужчина стал наносить д-ру Кингу удары в лицо. Кинг был сбит с ног в первые же секунды, но даже после того, как лидер борьбы за гражданские права упал, нападавший не унимался. Хотя Кинг призывал к ненасильственным протестам против расовой дискриминации, никто не осудил бы его, если бы он обратил яростный гнев на атаковавшего, как впоследствии оказалось, отпетого расиста, действовавшего по заданию Нацистской партии Америки. Однако Кинг повел себя по-иному. Он поднялся на ноги, спокойно взглянул в лицо нападавшему и беззащитно опустил руки — как «новорожденный младенец», по словам одного из наблюдателей. Когда люди повскакивали с мест и бросились на защиту Кинга, он обратился к ним с просьбой: «Не трогайте его. Не трогайте его. Нам нужно молиться за него».

Этот инцидент был одним из многих случаев, когда Кинг демонстрировал приверженность нормам морали. Возведенный в сан баптистского священника, достопочтенный Кинг посвятил всю свою жизнь развитию и распространению идеалов благопристойности, честности и добродетельности. Его вера в идеи ненасилия была прочной и постоянной и относилась не только к вопросам защиты гражданских прав афроамериканцев. Он открыто выступал против войны во Вьетнаме, даже несмотря на то, что это стоило ему потери поддержки могущественных союзников, например президента Линдона Джонсона. В других обстоятельствах преданность идеям ненасильственного

протеста против ограничения гражданских свобод приводила Кинга в тюрьму.

Однако непоколебимая приверженность д-ра Кинга моральным ценностям не распространялась на область внебрачных связей. Его друг и соратник по борьбе за гражданские свободы Ральф Абернати признавал, что превратившийся в своеобразную икону религиозный лидер, несмотря на наличие законной жены и четырех детей, был ходоком. Кроме долговременного романа с одной женщиной, Кинг нередко заводил и непродолжительные интрижки в ходе поездок по стране. Как утверждает биограф Кинга Дэвид Гэрроу, измены постоянно вызывали у знаменитого правозащитника чувство вины. Но оно не могло изменить его поведение. Сталкиваясь с плотскими искушениями, Кинг неизменно отставлял в сторону высокие моральные ценности.

Были ли присущие Кингу девиации в его понимании морали всего лишь случайными сбоями в работе мозга рационального (в целом) человека? Или, может быть, есть другие объяснения непоследовательности в его поведении? Мы утверждаем, что д-р Мартин Лютер Кинг страдал обычным множественным расстройством личности. Даже без повторного изучения свидетельств, приведенных в его биографиях, и без консультации с психологом мы можем диагностировать у Кинга по меньшей мере семь разных личностей.

На самом деле, говоря, что Кинг страдал «обычной» формой множественного расстройства личности, мы утверждаем, что множественность личностей — не только распространенное, но и всеобщее явление.

Не зная ни одного факта из вашей биографии, мы смеем утверждать, что в вас находится как минимум семь личностей.

Хотя вы ощущаете внутри головы только одно собственное Я, на глубоком эволюционном уровне в вас заключено множество других Я. И что еще хуже, каждое из этих Я похоже на маленького диктатора, который (или которая) полностью изменяет вашу систему приоритетов и предпочтений, как только становится главным. Это очень важно, поскольку данная идея означает то, что **один и тот же человек будет принимать различные решения в зависимости от того, какое из его Я находится в данный момент у руля.**

Множественные Я внутри одной личности

Известный клинический случай множественного расстройства личности был положен в основу фильма «Три лица Евы», в котором героиня предстает перед нами то в виде застенчивой до самоуничижительности «Белой Евы», то в виде опасной охотницы за приключениями и откровенно кокетничающей «Черной Евы». Прототипом героини стала Крис Сайзмор, психиатры которой утверждали, что в ней живет не три, а 20 личностей. Большинство людей в клинических случаях множественного расстройства личности никаких страданий не испытывают. Да и у каждого нормального человека есть свои многочисленные **Я** .

На первый взгляд утверждение, что в голове у нас заправляет не одно Я, может показаться весьма парадоксальным. Однако огромное количество научных свидетельств подтверждают идею о множественности личностей. Одно из первых исследований в этой области представляло собой классическую серию экспериментов с пациентами с «расщепленным мозгом», которые провели Майкл Газзанига и Роджер У. Сперри. Они изучали людей, у которых левое полушарие головного мозга было хирургически отделено от правого (в рамках лечения эпилепсии). У этих пациентов вербальное левое полушарие не могло сообщаться с невербальным правым. Когда ученые показывали какое-то изображение (например, ложки) вербальному левому полушарию человека (высвечивая рисунок в правой части поля его зрения), испытуемый был способен назвать предмет. Но если то же изображение высвечивалось в левой части поля зрения пациента (будучи, таким образом,

видимым только для невербальной правой части мозга), он мог указать на ложку как объект изображения, но был не способен назвать его. Эта работа, которая легла в основу современной нейробиологии и в дальнейшем была удостоена Нобелевской премии, бросила вызов теории единого сознания. Она показала, что проявления нашего сознания бывают различными, в зависимости от того, какая часть мозга активна в данный момент и осуществляет обработку поступающей информации.

В последующие 50 лет было сделано много других открытий в области нейрофизиологии человека и животных, биологии, теории обучаемости и памяти, которые показали, что внутри нашей головы находится не одна исполнительная система, а скорее конгломерация отдельных систем, работающих по различным субпрограммам для решения разных проблем. В книге *«Почему все (остальные) лицемерят»* психолог из Пенсильванского университета Роб Курзбан подытоживает собранные доказательства и указывает на то, что разные системы (или модули) мозга иногда противоречат друг другу, а это приводит к непоследовательности в нашем поведении. Итак, лицемером является не только Мартин Лютер Кинг-младший, но и вы, и ваши соседи, и пациент с расщепленными полушариями, указывающий на ложку. По Курзбану, природа разделенного сознания человека такова, что не существует его единого Я. Вместо этого каждый из нас представляет собой конгломерат субличностей.

Несмотря на появление все большей доказательной базы в пользу существования множественности личностей, идея того, что каждый из нас обладает единым Я, до сих пор бытует на интуитивном уровне.

Для рациональных экономистов, этаких бизнес-машин, легко раскалывающих любые колонки цифр (с ними мы встречались в предыдущей главе), базовым положением при рассмотрении поведения человека является тезис о том, что люди имеют стабильные предпочтения. Если вы выбираете кофе со сливками и сахаром во вторник в Бирмингеме, штат Алабама, то, скорее всего, вы предпочтете сливки и сахар и в среду в Мемфисе, штат Теннесси.

Предположение о стабильности предпочтений людей легко распространяется в бизнесе и психологии. Например, маркетологи предпочитают рекламировать конкретный продукт строго в соответствующей аудитории. Они не станут размещать рекламу мотоциклов «Харлей-Дэвидсон» в религиозных периодических изданиях. Финансовые консультанты легко классифицируют своих клиентов по их отношению к инвестиционным рискам и никогда не предложат библиотекарю вложиться в сильно рискованные и колеблющиеся финансовые инструменты. Специалисты по кадрам стараются подобрать подходящего человека на подобающее ему место и избегают того, чтобы предлагать богемным штучкам работу в бухгалтерии. Во всем этом присутствует предположение о том, что данный покупатель, инвестор или соискатель на должность завтра будут такими же, как сегодня. Они останутся такими же в такой же час дня и даже в другом здании будут такими же, как в этом.

Но что же делать, если каждый из нас действительно состоит из нескольких разных людей?

Если в человеке воплощено несколько личностей, живущих в его мозгу, то это радикально влияет на то, как нам следует рассматривать вопросы поведения. Вместо того чтобы состоять из одного себя, мы на самом деле являемся набором нескольких вторых Я, или *субличностей* . Как и разные личности, каждая из ваших субличностей имеет собственные причуды и предпочтения. То или иное второе Я начинает действовать, когда вы оказываетесь в совершенно определенной ситуации. В любой момент главной будет только одна ваша субличность, которая и является Вами в это мгновение.

Если мы — это некий набор субличностей, то, даже все время ощущая себя единым целым, мы, скорее всего, видоизменяемся в зависимости от того, где находимся, что делаем и кто нас окружает.

Чтобы понять, как это может работать, давайте поближе познакомимся с исследованиями, посвященными разной реакции одного и того же человека на рекламу в зависимости от того, какая из его субличностей правит в данный момент. Затем мы официально познакомим вашу субличность, читающую эту книгу, с другими существами, населяющими ваш разум.

Заряженные на убеждение

Прежде чем продолжить повествование, мы хотели бы сказать несколько слов о нашем спонсоре — «Нувель Бретон Кафе». Кухня «Нувель Бретон» предоставляет вам возможность испытать восхитительные ощущения, как это и отмечено в статье одного рецензента в «Лос-Анджелес Таймс»: «Это уникальное место, которое еще предстоит открыть многим». Джина Полиззи из «Пасифик Фуд Ньюз» называет этот ресторан «потрясающим местом, спрятанным вдали от избитых маршрутов». Если вы ищете, где бы превосходно пообедать, обратите взоры именно на «Нувель Бретон Кафе».

Увидев такие отзывы, поменяли бы вы свой маршрут, чтобы побывать в «Нувель Бретон Кафе»?

А если бы вместо приведенных выше слов в рекламе говорилось, что это самый популярный ресторан в данной местности, что более 1 млн человек уже посетили его и что «если вы хотите узнать, почему люди собираются здесь в ожидании прекрасного обеда или ужина, просто приходите и присоединяйтесь к ним»?

И здесь возникает более общий вопрос к вашему внутреннему консультанту по маркетингу: какая реклама из этих двух была бы более эффективной? Первая, подчеркивающая, что ресторан уникален, или вторая, делающая акцент на том, что ресторан популярен? Если бы вы подошли к этому вопросу с точки зрения традиционного сегментного взгляда на рынок, то, вероятно, предположили бы, что ответ зависит от типа человека, который видит рекламу. Один тип личности — соглашатель, человек-«да» — увлекся бы мыслью побывать в том месте, которое до него посетили миллионы, с готовностью следуя за массами.

Но другой тип — сопротивляющийся и независимо мыслящий — оттолкнул бы от себя идею леммингоподобного конформизма, предпочтя что-то поистине уникальное и лежащее вдали от проторенных дорог. Ну что же, разные индивидуумы и мыслят по-разному. Одни люди имеют одни предпочтения, другие — противоположные.

Однако идея о множественности субличностей внутри личности предполагает нечто совершенно иное: реклама будет либо эффективной, либо неэффективной в зависимости от того, какая именно из ваших субличностей сейчас ее рассматривает. Это означает, что реклама может быть привлекательной для одной субличности и отталкивающей для другой субличности одного и того же индивидуума.

Разрабатывая эту концепцию вместе с нашими коллегами Ноем Гольдштейном, Чадом Мортенсеном, Бобом Чалдини и Джилл Санди, мы сначала проверили ее, обращаясь к людям с просьбой посмотреть рекламу, продвигающую самые разные товары — от ресторанов и музеев до Лас-Вегаса.

Перед просмотром мы активизировали, или заряжали, одну из двух субличностей, находящихся в голове испытуемого. Идея состояла в том, чтобы создать условия, похожие на те, в которых человек обычно сидит перед телевизором. Ведь реклама на экране появляется неслучайно. Она встраивается во время показа вполне определенных программ, например жизнеутверждающей романтической комедии или пугающей криминальной полицейской драмы.

Характер программы, которую человек смотрит, вероятно, включает в работу одну из его субличностей. Тогда возможно ли, что **Вы** , смотрящий романтическую комедию, герои которой веселые и сексапильные, будете другим, нежели **Вы** , смотрящий триллер с

персонажами — агрессивными убийцами, живущими среди нас? Если это так, то эти два ваших **Я** будут совершенно по-разному реагировать на одну и ту же рекламу.

Чтобы проверить такую вероятность, некоторым испытуемым показывали отрывки из душераздирающей классической ленты «Сияние», в которой Джек Николсон играет сумасшедшего, преследующего с топором в руках членов своей семьи в заброшенном отеле. Через несколько минут после начала отрывка, в наиболее страшном месте, мы показали участникам эксперимента несколько рекламных роликов. Некоторые из них содержали информацию о высокой популярности и спросе на тот или иной продукт (например, «это место посетили более миллиона человек за год»). В другое время испытуемые видели ту же рекламу, только в ней уже не говорилось о популярности и высоком спросе на рекламируемые товары.

Просматривая рекламу в перерывах между жестокими и пугающими сценами фильма, люди находили рекламируемый продукт более привлекательным, если ролик делал упор на его популярность. Включение в рекламу музея слов «в нем бывает более одного миллиона человек в год» серьезно усиливало желание зрителей посетить это место. После просмотра отрывков фильма с пугающим содержанием люди становились особенно восприимчивыми к любой информации, подразумевающей следование в толпе. Как и дикие животные в присутствии леопарда, люди, испытывающие страх, хотят стать частью более многочисленной группы.

На самом деле люди, смотревшие в ходе данного эксперимента страшный фильм, были не просто захвачены идеей следовать за массой. Они настойчиво отвергали товары и информацию, которая подразумевала их отделение от толпы. Мы знаем это, поскольку некоторые рекламные ролики включали сведения, подчеркивающие уникальность продукции (вспомните об «ограниченной» серии). После просмотра жуткого фильма зрители оценивали уникальные товары как менее привлекательные. Когда в ролик о музее были добавлены слова о том, что представленные в нем коллекции следовало бы осматривать в уединении, испытуемые попросту пришли к мысли о нежелательности его посещения.

Несмотря на то что в других роликах показывали этот же музей, презентация его картинной галереи в качестве уникальной и особенной отвращала людей от мысли посещения данного места в тот момент, когда им требовалась защита. Людей, смотревших отрывки из страшных фильмов, больше привлекали распространенные и популярные товары и отталкивали уникальные и особенные. Однако предпочтения зрителей коренным образом менялись, когда они смотрели фрагменты романтической комедии. Перед просмотром второй группой испытуемых тех же рекламных роликов им были предложены отрывки из романтической картины «Перед рассветом»[7]. Этот фильм вывел в зрителях на авансцену совершенно другую субличность, заставив их испытывать эротические и любовные чувства.

В отличие от тех, кто смотрел отрывки из страшного фильма, испытуемые в романтическом состоянии, наоборот, находили наиболее привлекательными те товары, о которых говорилось как об уникальных. Теперь, получая информацию о возможности самостоятельного осмотра музейной коллекции, они были особенно увлечены этой мыслью.

Как животные в поисках партнера для спаривания, люди в романтическом настроении хотят отделиться от толпы. И напротив, включение в рекламные ролики информации о широкой популярности того или иного товара отталкивало смотрящих. Когда в описание музея были включены слова о том, что его «посетили более миллиона человек», романтически настроенные зрители находили это место скучным и банальным и стремились уклониться от осмотра коллекций.

Таким образом, вместо того чтобы продемонстрировать чей-то прирожденный конформизм или постоянное подчеркивание кем-то собственной исключительности, данный

[7] «Before Sunrise» (1995) — мелодрама режиссера Ричарда Линклейтера о любовных отношениях, возникших между привлекательными героями (Итан Хоук и Жюли Дельпи) во время их путешествия поездом по красивейшим городам Европы. — *Примеч. пер.*

эксперимент показал, что один и тот же человек в разное время склонен то к конформизму, то к отстаиванию своей уникальности. Когда ситуация выводила наружу романтическую субличность человека, он или она жаждали чего-то уникального и уходили от общепринятого.

Если же ситуация включала в работу настороженную самозащитную субличность, то теперь человек стремился к общепринятому и не желал выделяться из толпы. Если взять за основу тезис о том, что человек представляет собой только одну личность, переключение с конформистских на неконформистские модели поведения представляется непоследовательным и даже лживым. Однако с точки зрения идеи о множественности субличностей в одном человеке такое поведение вполне логично и последовательно, поскольку в разных ситуациях вы подчиняетесь глубоко рациональным предпочтениям отдельных субличностей.

Итак, с учетом того обстоятельства, что в нашей голове живет несколько субличностей, возникает естественный вопрос: сколько же их?

Сколько же в нас субличностей?

Когда люди думают об успехе эволюции, зачастую они понимают под этим только категории выживания и репродукции. Но полагать, что они охватывают все, — сверхупрощение. Хотя выживание и продолжение потомства имеют большую важность, человеческим существам пришлось преодолеть целый ряд отчетливо выявляемых проблем для достижения эволюционного успеха. На базовом уровне наши предки, как и другие млекопитающие, нуждались в пропитании и укрытии. Но поскольку люди являются существами в значительной степени социальными, в процессе эволюции перед ними встали и очень серьезные социальные задачи, а именно:

1) избегание физического ущерба;
2) избежание болезней;
3) установление дружественных отношений с себе подобными;
4) приобретение статуса;
5) привлечение партнера;
6) удержание партнера;
7) забота о семье.

Те человеческие существа, которые стали нашими предками, защищались от врагов и хищников, избегали инфекций и болезней, выстраивали отношения с другими членами племени и добивались признания с их стороны. Они также успешно привлекали сексуального партнера, устанавливали с ним (ней) более или менее прочные отношения (иногда на всю жизнь) и, если все шло хорошо, заботились о требующих ухода, относительно беззащитных потомках. Человеческие особи, которым удавалось решить эти важнейшие проблемы, повышали приспособляемость и становились нашими предками. Те же, кто был менее успешен в этом, не стали ничьими предками.

Каждая эволюционная задача по-своему уникальна. То, как человек очаровывает партнера, отличается от того, как он избегает опасной встречи с хищником или заботится о своем ребенке. Разрешение всех этих проблем требовало от наших предков принятия различных и иногда совершенно несовместимых решений. Например, то, что работает, когда вы заботитесь о ребенке, отличается от того, что работает в ходе ваших деловых переговоров с дальними знакомыми.

> **Эволюционным результатом того, что наши предки постоянно должны были решать какие-то проблемы, является наличие в нашем мозгу психологических систем, предназначенных для каждой задачи.**

Разные отделы мозга позволяют нам отличать цвета, звуки и вкусы. Точно так же

различные психологические системы эффективны для привлечения партнера, избегания физического ущерба и решения любой другой задачи.

Вы можете считать эти психологические системы нашими субличностями, каждая из которых является старшим вице-президентом, отвечающим за достижение той или иной эволюционной цели. В зависимости от того, какую эволюционную цель вы осознанно или подсознательно преследуете в данный момент, отдельная субличность будет задавать направление для ваших решений.

Чтобы понять, как работают разные субличности, представьте, что мозг подобен компьютеру — он получает входящую информацию и выдает результат. Некто, нажимающий на кнопки или подающий голосовую команду, осуществляет ввод информации в компьютер. Ваши чувства — то, что вы слышите, трогаете, обоняете или ощущаете, — обеспечивают ваш мозг входящей информацией. Важнейшая часть — это то, что происходит после введения информации в систему. В случае с компьютером нажатие на определенную кнопку на клавиатуре приводит к разным результатам в зависимости от используемого программного обеспечения. Например, нажатие на кнопку со знаком «равно» даст разные результаты в программах Word и Excel. Word покажет вам значок « = », а Excel предположит, что вы задаете математическую формулу.

Существуют различные программы, специально созданные для решения тех или иных задач работы в офисе. Так, ваш компьютер решает задачи написания документов, создания цифровых таблиц и подготовки слайдовых презентаций с помощью определенного программного обеспечения (соответственно Word, Excel и PowerPoint). Каждое ПО создано для решения отдельной задачи. Точно так же и **мозг человека имеет разные программы — субличности — для решения проблем, с которыми постоянно сталкивались наши предки.** В любой конкретный момент ваш мозг работает на основе программ разных субличностей, опираясь на то, осознанно или подсознательно вы пытаетесь установить с кем-то дружеские отношения, привлечь партнера, произвести впечатление на начальника, увернуться от агрессивного попрошайки в темном переулке или научить ребенка читать.

Подобно компьютеру, обрабатывающему одну и ту же входящую информацию по-разному в зависимости от загруженной программы, работа мозга с поступающими данными (будь то легкое похлопывание по руке или реклама уникального музея) может идти в различных направлениях в соответствии с тем, какая сейчас задействована субличность.

Например, ученые из Университета Гронингена[8] отмечали активизацию деятельности мозга мужчин, представлявших, что к ним прикасается либо привлекательная ассистентка, либо индивидуум мужского пола. Хотя на самом деле до них дотрагивался один и тот же человек, у испытуемых отмечалась активизация разных отделов головного мозга, в зависимости от того, кто прикасался к ним в их воображении — женщина или мужчина.

Тезис о том, что наш мозг имеет различные программы для достижения тех или иных эволюционных целей, очень важен для понимания того, как люди принимают решения. Наши субличности не только определяют восприятие нами какой-либо информации. От того, какая из субличностей в настоящий момент правит балом, зависит, что людям будет нравиться или не нравиться и какой они сделают выбор.

Встречайтесь со своими субличностями

Давайте познакомимся со всеми нашими семью субличностями. Возможно, было бы соблазнительно представить их в виде семи ненормальных маленьких карликов, живущих у вас в голове. Но вместо этого подумайте о них, как о совете ваших предков-старейшин. При этом каждый мудрый человек (мужчина или женщина) отвечает за решение отдельной

---

[8] Университет в городе Гронингене — одно из крупнейших, старейших и самых престижных высших учебных заведений в Нидерландах. — *Примеч. пер* .

эволюционной задачи. «Старейшины» имеют за плечами сотни тысяч лет опыта, накопленного нашими предками, и могут похвастаться успехами в решении тех задач, которые им были поручены. Так что когда вы встаете перед трудным выбором в реальном мире, ваш мозг обращается за советом к старейшине, который наиболее искусен в управлении данной ситуацией.

Чтобы понять, как именно каждая ваша субличность справляется с конкретной ситуацией, давайте узнаем, о чем эта субличность думает, что заставляет ее брать на себя ответственность и каков характер стоящей перед ней отдельной эволюционной задачи.

Субличность, отвечающая за самозащиту: ночной сторож

Хотя взаимопомощь распространена среди человеческих существ, они всегда представляли и угрозу друг для друга. Криминологи, исследовавшие фрагменты черепов людей ранних цивилизаций, и антропологи, изучающие жизнь разных человеческих культур в настоящее время, установили, что убийство человека человеком не было придумано в современном американском обществе. Напротив, наши предки жили группами, в которых существовал такой уровень убийств, что нынешние Детройт и центральный Лос-Анджелес могут показаться раем. И даже если плохие парни не убивали вас, они часто стремились украсть ваше имущество, увести вашу жену или ребенка, сжечь ваше жилище. Так что нашим предкам просто необходимо было избегать угроз со стороны других человекообразных хищников.

Угроза насилия не исчезла и в современном мире. В США в 2008 году было зарегистрировано более 16 тыс. убийств и 830 тыс. покушений на жизнь и здоровье граждан. Ежедневно в новостях рассказывается о новых случаях массового насилия в той или иной точке земного шара. Каждый день простые граждане (точно так же, как гангстеры и военные) прилагают немалые усилия в попытке защитить себя. Они тратят деньги на датчики движения, инфракрасные детекторы, сторожевых собак и охранные системы в своих домах, не говоря уже о сотнях долларов, ежегодно выплачиваемых за круглосуточное наблюдение с помощью этой техники. Более обеспеченные живут в районах, где у домов имеются заборы, и нанимают ночных охранников. Люди с меньшими доходами тратятся на многочисленные дверные замки и решетки на окнах.

Некоторые люди проявляют более высокую активность в самообороне, приобретая оружие — от относительно небольшого пистолета «Глок 17С» с ночным прицелом ($542 с доставкой, если кому-то интересно) до полуавтоматической снайперской винтовки «Баррет» 50-го калибра (эту винтовку с магазином на десять патронов, оптическим прицелом и сошкой можно заказать в Интернете за $11 699).

Если же вы не вложили деньги в покупку собственного оружия, то как налогоплательщик вы, скорее всего, приобрели его для вооруженных сил страны. Бюджет США в 2011 году предусматривал $60 млрд расходов на «защиту» и еще $964 млрд на «оборону». При населении в 311 млн человек это означает, что в год на «защиту» каждого мужчины, женщины и ребенка правительством тратится $3294,6. Между прочим, сюда не входят налоги, которые вы платите на содержание местной полиции.

Вместе с коллегами мы посвятили немало научных работ изучению самозащитной су б личности. И мы установили, что это ваше параноидальное внутреннее Я может не только возбудиться при появлении реальной или потенциальной физической угрозы, но и прийти в ярость от недоброго выражения лиц незнакомцев, мыслей о представителях других рас и религий, страшных фильмов или вечернего выпуска новостей, которые всегда начинаются с криминальной хроники. Если же говорить о ночных дозорных, то даже нахождение в темной комнате может активизировать в вас самозащитную субличность.

В случае тех рекламных роликов, о которых мы говорили ранее, самозащитная субличность людей заставляла их желать растворения в толпе и особенно прислушиваться к мнению остальных. В другом эксперименте мы спрашивали испытуемых, какую марку

автомобиля они предпочитают: БМВ или «Мерседес». Когда в людях активизировалась самозащитная субличность, они выбирали ту же марку, что и большинство других, невзирая на конкретику. Узнав, что основная масса людей отдает предпочтение БМВ, участники желали эту же марку. Если другим больше нравился «Мерседес», то и наши испытуемые склонялись к этому выбору.

Активизация ночного сторожа делает человека бдительным. Она заставляет нас задавать себе вопросы наподобие: «Не собирается ли та группа неприятных парней, которые только что перешли через холм, украсть что-либо у меня или поджечь мой дом?» В результате исследований, проведенных Джоном Мэнером, Воном Бекером и другими нашими коллегами, было установлено, что **активизация самозащитной субличности заставляет людей оценивать мужчин из других групп как злобных, даже когда выражение их лиц вполне нейтральное.** Эта естественная склонность к настороженности и панике побуждает людей направлять свои ресурсы на то, чтобы избежать слабости и уязвимости, одновременно с этим заставляя их ценить силу или присоединение к сильному большинству.

Самозащитная субличность прежде всего хочет обеспечить безопасность от любой потенциальной физической угрозы.

Субличность, отвечающая за избежание болезней: ипохондрик поневоле

Биологи считают, что передаваемые от человека к человеку инфекционные заболевания сыграли важнейшую роль в его эволюции. В 1300-х годах чума унесла жизни около 50% населения Европы, Азии и Африки. Два века спустя потомки тех, кто пережил чуму, достигли обеих Америк, принеся с собой такие заболевания, как оспа, корь и тиф, которые, в свою очередь, погубили более 75% населения Мексики. Еще позже, в 1918 году, жертвами эпидемии испанской лихорадки во всем мире стали от 40 до 100 млн человек.

Современный человек изобрел технологии контроля и уменьшения распространяемости многих болезней — от использования специальных салфеток на ручках магазинных тележек до пастеризации молока и стерилизации медицинских инструментов.

Но помните! Все те люди, с которыми вы сталкиваетесь на улицах, являются разносчиками заразных, а иногда вирусных, потенциально опасных для жизни микроорганизмов, только и ждущих момента контакта, который позволит им перескочить от незнакомца к вам. По оценке Всемирной организации здравоохранения, инфекционные заболевания, включая грипп, туберкулез и ВИЧ, в настоящее время уносят 15 млн жизней в год (это больше, чем вместе взятое население Нью-Йорка, Бостона, Филадельфии, Вашингтона, Чикаго и Майями, считая каждого мужчину, женщину и ребенка).

Одним из результатов постоянного присутствия этой угрозы явилось возникновение в ходе эволюции весьма сложной биологической иммунной системы — набора защитных механизмов, которые борются с угрозой заболевания. Другим результатом стало эволюционное развитие нашей субличности, отвечающей за избежание болезней, — «поведенческой иммунной системы», как ее называет психолог Марк Шаллер, то есть системы психологических механизмов для профилактической защиты от заболеваний, и прежде всего инфекционных.

Субличность, отвечающая за избежание болезней, может быть активизирована, когда вы видите чихающего или кашляющего человека, поражения на коже или ощущаете плохие запахи.

Эта субличность может возбудиться даже от мыслей о жителях далеких экзотических стран, таких как Шри-Ланка или Эфиопия, в противовес Гавайям или Лондону. И это разумно, потому что мы с трудом можем противостоять экзотическим болезням, которые

люди привозят из отдаленных мест. Любой из них может быть невольным разносчиком смертельных для нас заболеваний.

Когда внутренний ипохондрик начинает непроизвольно действовать, мы принимаем меры, позволяющие нам оградиться от передачи болезнетворных организмов. Поскольку другие люди могут быть источником болезни, эта субличность заставляет нас избегать контактов, становиться более закрытыми и менее толерантными по отношению к иностранцам — тем самым, которые прибывают из дальних стран и могут являться переносчиками неизвестных микробов. Исследования, проведенные Карлосом Наваретом и Дэном Фесслером, показали, что женщины начинают особенно бояться иностранцев в первой трети беременности, когда развивающийся плод может столкнуться с серьезными проблемами, если мать заболеет.

Наша субличность, отвечающая за избежание болезней, в первую очередь заботится о том, чтобы защитить нас от всего, связанного с патогенными факторами.

Аффилирующаяся субличность: командный игрок

Некоторые люди несут угрозу заболевания, но они также являются источником существенной пользы в нашей жизни. Чтобы быть успешными в ходе эволюции, наши древние предки нуждались в общении друг с другом. Антропологи, изучающие современные племена, занимающиеся охотой и собирательством (а они очень похожи на те, из которых вышли наши предки), выяснили, что установление дружеских отношений и союзов очень важно с точки зрения эволюционного развития. Например, антропологи Ким Хилл и Магдалена Хуртадо совершили экспедицию в тропические леса Южной Америки для изучения племени аче и тщательно записали, кто из его членов и с кем делил пищу. Исследователи пришли к выводу, что в подобных сообществах дружеские отношения являются для диких людей естественной страховкой от голода. Без холодильников одна семья не сможет сразу потребить целого кабана, но когда несколько семей объединяются в группу, внутри нее происходит взаимообмен добычей, в ней разделяются риски и имеются лучшие шансы, чтобы пережить тяжелые времена.

Соплеменники не только делятся пищей. Они учат друг друга таким полезным навыкам, как способы ловли рыбы, приготовления пищи и строительства хижин. Мы, современные жители городов, до сих пор уделяем огромное внимание установлению и поддержанию дружеских отношений с нашим окружением.

Например, когда мы писали эту книгу, количество активных пользователей «Фейсбука» уже превысило миллиард. Эти люди тратят бесконечные часы на обмен полезными газетными статьями или песнями, чтение сообщений о достижениях детей их друзей и выбор подходящего комментария («Ах, какая она (он) умница, ты должна гордиться ею (им)!»). Не следует также забывать о времени, энергии и деньгах, вкладываемых в айфоны и другие гаджеты, которые используются вами для написания сообщений друзьям из длинной пробки по дороге домой или для рассылки 300 приятелям фотографии вашего обедающего кота.

Большинство студентов старших курсов нашего университета тратят на айфоны по $1 тыс. в год при годовом бюджете $15 тыс. Но и в современном мире друзья дают нам больше, чем поддержку через средства электронной коммуникации. Друзья необходимы нам, когда мы решаем передвинуть диван, или когда ломается машина и нужно, чтобы кто-то нас подбросил, или когда в путешествиях по стране мы должны где-то остановиться, или когда нам требуется совет по воспитанию ребенка.

Аффилирующаяся субличность появляется сразу же, как только что-то напоминает вам о дружбе, например когда вы получаете рождественскую открытку от давнишнего товарища по комнате в университетском общежитии, подумываете пригласить

соседа на ужин или коллега вдруг заплатит за ваш обед. Также эта субличность работает, когда ваши дружеские связи с кем-то находятся под угрозой. Если вы ощущаете себя одиноким, не принимаемым обществом или слишком эксплуатируемым на работе, аффилирующаяся субличность тут же встает у руля. Когда внутри вас активизируется командный игрок, вы начинаете тратить больше денег на вещи, которые связывают вас с другими людьми (типа браслетов с логотипом университета), чем на продукцию, обычно предназначенную для индивидуального потребления (например, коробку печенья «Орео»). Эта субличность заставляет нас совершать поступки, которые, возможно, нам не по душе, но нравятся друзьям, — почему бы вместе не посмеяться счастливо над идиотской картиной, если ваш друг считает ее блестящей («Ах нет! Я не могу понять, почему критики разгромили фильм “Джуниор”[9]! Что может быть смешнее Арнольда Шварценеггера в роли беременного гинеколога?»). Больше всего **наша аффилирующаяся субличность любит нравиться и получать дружеские знаки внимания.**

Статусная субличность: предприимчивый парень

Помимо решения задачи уживания с другими членами племени, нашим предкам было необходимо заниматься и совершенно другой проблемой — приобретением и поддержанием статуса внутри своей группы. Уважение со стороны других всегда оборачивалось определенными выгодами, и это свойственно не только для сообщества людей. Доминирующие бабуины получают первый кусок пищи и лучшее место на водопое, а вожак-самец шимпанзе может спариваться с самыми желанными самками. Биолог из Стэнфордского университета Роберт Сапольски, который исследовал одну и ту же группу бабуинов в течение нескольких лет, установил, что высокие по статусу бабуины проявляли меньше признаков стресса, чем их сородичи, занимавшие нижние позиции на иерархической лестнице семьи.

Выгоды от высокого статуса продолжают играть большую роль и в современном мире, когда начальники получают лучшие кабинеты, специальные парковочные места для своих « Лексусов», билеты первого класса на самолет и личные счета, с которых они могут оплачивать обеды в лучших ресторанах.

Как следствие, люди не жалеют сил на то, чтобы произвести на других впечатление своим статусом, тратя несоразмерные суммы на ботинки от «Гуччи», костюмы от «Армани», часы «Ролекс», автошины БМВ и ужины за $500 в шикарном калифорнийском ресторане «Френч Лондри». То, что экономист Роберт Франк назвал «лихорадкой роскоши», поразило потребителей с деньгами, заставляя их покупать туфли по $300, организовывать гриль-пати за $10 тыс., приобретать суперморозильники по $20 тыс. и элитные дома Макмэншен за $2 млн, не говоря уже о персональных самолетах и гигантских яхтах. А в пригородах, где проживают представители среднего класса, подростки, находящиеся в критическом возрасте с точки зрения установления своего статуса, вынуждают родителей платить в два раза больше необходимого за обувь, джинсы и рюкзаки, чтобы не потерять лицо перед школьными товарищами, нося одежду прошлогодней коллекции.

Другие животные отвоевывают и поддерживают свой статус главным образом силой, будучи готовыми к осуществлению актов агрессии по отношению к другим членам группы. Это может относиться и к человеческому обществу, например к гангстерам и диктаторам. Но, как отмечают антропологи-психологи Джо Хенрих и Франциско Джил-Уайт, люди способны приобретать статус и через влияние, без применения силы, путем завоевания уважения со стороны окружения. В современном мире человек может приобрести статус, имея доступ к востребованной информации и возможность использовать ее таким образом,

---

[9] Известная американская кинокомедия 1995 года с участием Арнольда Шварценеггера и Дэнни Де Вито. Номинировалась на премию «Оскар». — *Примеч. пер.*

чтобы стать необходимым для других. Вспомните Билла Гейтса, Стивена Хокинга или мать Терезу, которые, конечно же, проиграли бы в схватке с типом, стригущим лужайку, но, тем не менее, все они завоевали достаточно авторитета, чтобы заставить земной шар вращаться от щелчка их пальцев.

Статусная субличность тонко чувствует, на какой ступени иерархии мы находимся, и знает, кто стоит выше, а кто — ниже нас.

Когда включается внутренний предприимчивый парень, мы становимся склонными к приданию особого значения связям с преуспевающими людьми из нашего окружения и очень остро фиксируем признаки неуважения по отношению к нам. Активизировав эту субличность в ходе одного из экспериментов, мы обнаружили, что внешне безобидная колкость может вызвать весьма агрессивный всплеск со стороны ее объекта. Например, если кто-то прольет на вас воду и не извинится, то в мужском обществе это может спровоцировать драку, а в женском — мстительные попытки выдавить обидчицу из данной социальной группы.

Статусная субличность прежде всего желает уважения к себе и изыскивает причины оказывать уважение другим.

Субличность, отвечающая за приобретение партнера: изменчивый одиночка

Установление дружеских контактов, избегание камней и стрел, летящих от плохих парней-мародеров, уклонение от миллиардов смертоносных вирусов не будут значить ничего (по крайней мере, в смысле эволюции), если человек не встретит кого-то, кто пожелает помочь ему в передаче своих генов следующим поколениям. Найти партнера нелегко, поэтому определенный процент людей в каждом поколении человечества не становится чьим-либо предком. Но мы с уверенностью можем утверждать, что каждый из ваших и наших предков решил эту задачу.

Вашего мнения о том, что вы можете быть хорошим потенциальным партнером в паре, конечно же, недостаточно. Вы должны пробудить интерес к себе. Если объект достаточно привлекателен, то тут же появятся другие представители вашего пола, так что вам предстоит жесткая конкурентная борьба. Поэтому люди и тратят столько денег на одежду, посещение косметических салонов, фитнес-клубов и уделяют столько времени посещению местных баров для одиночек, церквей, парков, больших автоматических прачечных, концертов и других мест, где собирается публика, в надежде встретить подходящего мужчину или женщину (а иногда и таких, в которых влюбляются с первого взгляда).

В книге *The Mating Mind* («Разум-ухажер») Джеффри Миллер утверждает, что многие элементы нашего поведения, на первый взгляд вполне невинные, на самом деле представляют собой попытки продемонстрировать свою ценность как возможного партнера.

Субличность-ухажер активизируется реальным или воображаемым объектом ухаживания. Когда мы видим сексуальную рекламу, читаем любовный роман или даже прикасаемся к нижнему белью, наш внутренний изменчивый одиночка тотчас вступает в свои права. Эта субличность оценивает информацию о том, сможет ли другой человек стать для вас хорошей парой, и о том, что вы способны сделать, чтобы стать для объекта неотразимым. В упомянутом выше исследовании говорится, что эта субличность заставляет людей хотеть стать особенными и замеченными. Например, ее активизация приводила к тому, что мужчины выбирали марки товаров, отличные от тех, которые предпочитало большинство. Если они узнавали, что другие покупатели предпочитают БМВ, то им больше нравился «Мерседес-Бенц». Если же другие желали «Бенц», то испытуемые делали выбор в

пользу БМВ.

Мужские и женские субличности-ухажеры несколько отличаются друг от друга (это мы обсудим в главе 8 о гендерной экономике). Но

> **и в мужчинах, и в женщинах субличность, ищущая партнера, старается вести себя так, чтобы стать максимально желанной для объекта своего интереса.**

Субличность, удерживающая партнера: хороший супруг

У 95% млекопитающих любовные игры относительно кратковременны: самки выбирают наиболее доминантного или привлекательного самца, ожидают своей очереди, чтобы получить его гены, и не слишком беспокоятся из-за того, что другие самки стоят в той же самой очереди. Но у человекообразных, гиббонов и некоторых других имеющих оволосение теплокровных видов самки и самцы объединяют усилия для воспитания потомства. Хотя среди млекопитающих такое семейное поведение встречается довольно редким, оно характерно и для других видов животного мира. Это обычное явление для птиц, чьи птенцы, как правило, от рождения беззащитны и не могут выжить без заботы со стороны родителей. Вспомните смешных неуклюжих пингвинов, у которых отложенные яйца замерзли бы, если бы самец не подменял самку для их согревания. В отличие от многих других млекопитающих, детеныши человека больше похожи на неоперившихся птенцов: они рождаются беззащитными, физически несовершенными и требуют заботы в течение многих лет.

Некоторые биологи считают, что именно наш большой мозг привел к построению такой социальной системы, в которой оба родителя совместно заботятся о воспитании детей. Поскольку крупноголовый плод человека с большим мозгом вынужден появляться на свет через относительно небольшое отверстие в организме матери, детеныши человека рождаются рано, задолго до того, как они смогут обеспечивать свое существование.

Каковы бы ни были эволюционные корни этого явления, связь между мужчиной и женщиной носит универсальный характер для всех человеческих сообществ. Поэтому создание пары у людей включает в себя и другие проблемы наряду с ухаживанием — это проблемы уживания с партнером в течение лет, десятилетий, а возможно, и всей жизни.

Проблемы удержания партнера, как мы теперь понимаем, имеют иной характер, чем проблемы его поиска. Здесь человека ожидают конфликты в плане совместного использования тех или иных ресурсов и заботы о детях, не говоря уже об опасности того, что другие люди могут попытаться увести чьего-то партнера.

Поддержание отношений с партнером требует значительных усилий, времени и средств, начиная от романтических ужинов в День святого Валентина и ценных подарков к Рождеству, дням рождения и юбилеям и заканчивая потерей возможностей в бизнесе из-за дорогих романтических путешествий или вынужденных визитов к тестю и теще, живущих в медвежьем углу штата Кентукки.

> **Субличность, отвечающая за удержание партнера, очень внимательно присматривается к тому, как он выглядит — счастливым или несчастным, и одновременно анализирует ваше окружение на предмет выявления таких персонажей, которые могли бы сделать вашего партнера счастливее.**

Эта субличность тщательно учитывает все нюансы, которые укрепляют или, наоборот, угрожают вашему долговременному союзу. Когда вы вспоминаете счастливые минуты, проведенные вместе, замечаете, что подходит очередной юбилей, или перехватываете взгляд особы противоположного пола, устремленный на вашего партнера, в этих случаях у руля стоит данная субличность. Если активизация субличности, отвечающей за поиск партнера,

заставляет людей обращать больше внимания на привлекательных особей противоположного пола, то активизация субличности, отвечающей за удержание партнера, заставляет нас внимательнее смотреть на особей одного с нами пола, которые могут представлять угрозу нашему союзу с партнером.

Субличность — страж отношений прежде всего нацелена на то, чтобы долговременный любовный союз между партнерами сохранялся нетронутым.

Субличность, отвечающая за заботу о близких: заботливый родитель

Эволюционная причина того, что в человеческом обществе родители склонны устанавливать союз, весьма проста: так лучше для их потомства. Изучение традиционных сообществ людей показывает, что без одного из родителей или без обоих детям выживать труднее, а если это и происходит, то развиваются они не так быстро, как в семье с двумя любящими родителями.

В сообществах людей родители предоставляют детям не только пищу, убежище и защиту, но также и знания — о том, как находить пищу, вести себя с друзьями, избегать нападения льва или засады плохих людей внизу по течению реки, и обо всех других проблемах, с которыми сталкивались предки. В современном мире люди тратят огромное количество времени, сил и средств на воспитание своих детей. Расходы на заботу о маленьком человеке выходят далеко за пределы предоставления ему достаточного питания и места для сна — они включают стоимость всех этих подгузников, детских бутылочек, кружечек, детской одежды, медицинской страховки, игрушек, одежды на вырост, более объемных игрушек, летних лагерей, велосипедов и обучения в колледже. В Соединенных Штатах вырастить одного ребенка стоит в среднем от $205,960 до $475,680 (прибавьте к этому еще пару сотен тысяч в случае, если вам удастся определить отпрыска в привилегированный частный колледж). Как будто этого недостаточно, родителей позже могут смущенно попросить об оплате большой модной свадьбы и медового месяца. Они же зачастую заканчиваются внуками, а вам предоставляется возможность проводить сотни часов, присматривая за ними, осуществлять дополнительные траты на подарки и оказывать детям помощь в ежедневных расходах.

Субличность, нацеленная на заботу о близких, начинает действовать не только когда вы находитесь рядом с собственными детьми, но и когда вы видите чье-то очаровательное чадо или слышите, как где-то безутешно плачет ребенок.

Обратите внимание на то, что эта субличность не отвечает за появление у нас детей (здесь работает субличность-ухажер, которая мотивирует нас на секс). Субличность, отвечающая за заботу о близких, заставляет нас помогать нашим детям, братьям и сестрам, двоюродным братьям и сестрам, племянникам и племянницам или внукам. В современном мире эта субличность может побуждать к поддержке беспомощных незнакомцев, например голодающих детей Африки, и даже к заботе о бездомных щенках и котятах. Но прежде всего

данная субличность стремится к обеспечению того, чтобы ваша уязвимая молодая поросль в случае нужды получала бы необходимое внимание.

Семь субличностей и пирамида развития

Если вы когда-нибудь проходили курс психологии, то, возможно, помните знаменитую

пирамиду потребностей, придуманную видным американским психологом Абрахамом Маслоу. Этот ученый указывал, что **различные человеческие потребности становятся актуальными в разные периоды нашей жизни,** причем более низкие части пирамиды начинают работать раньше, чем ее участки, находящиеся выше. Каждое из наших вторых Я (субличностей), отвечающее за одну из фундаментальных эволюционных потребностей, идеально вписывается в несколько обновленную версию известной пирамиды Маслоу (рис. 2.1). Эта пирамида помогает нам запомнить семь субличностей. Представьте каждую из них выходящей на авансцену по мере того, как вы продвигались от младенчества через юность к нынешней зрелости.



Рис. 2.1. Иерархия человеческих потребностей по мере их возникновения

Ваша самозащитная субличность заработала в возрасте около одного года, когда вы стали бояться незнакомцев и испуганно цеплялись за юбку вашей матери, если к вам приближался кто-то, не являющийся членом вашей семьи. Субличность, отвечающая за избежание болезней, включилась в дело несколько позднее, когда вы с гримасой презрения стали выплевывать странную или незнакомую пищу. Как становится ясно из того, что вы с отвращением отказывались от любовно приготовленной матерью еды и противно кричали на доброжелательных старушек, которые осмеливались хвалить ее, грудные дети и малыши совершенно не задумываются о том, какое впечатление они произведут на окружающих. Но вот в старшей группе детского сада проявляется аффилирующаяся субличность, когда вы начинаете искать себе новых маленьких друзей. Пока у нас не появятся друзья, мы почти не придаем значения тому, «уважают ли нас». Однако в первом-втором классах школы просыпается статусная субличность, и нас начинает обижать невнимание со стороны других детей.

В первые десять лет нашей жизни мы не сталкиваемся с ее романтической стороной. Но вскоре субличность, отвечающая за приобретение партнера, резко просыпается ото сна мощным выбросом гормонов в нашу кровь. Неожиданно нас начинает глодать навязчивая мысль о том, захотят или не захотят те неинтересные еще недавно создания на противоположной стороне площадки встречаться с нами. А после того как мы выделили объект и привлекли достойного партнера, из кокона вылупляется субличность, отвечающая

за его удержание. И разумеется, наша субличность, отвечающая за заботу о близких, не заработает на полную мощь, пока мы не только найдем и удержим партнера, но и произведем на свет детей.

По Абрахаму Маслоу, вершину пирамиды венчает потребность в самореализации — желание человека следовать своим художественным или креативным импульсам независимо от реакции других людей. Вы, возможно, удивитесь тому, что мы убрали самореализацию с верхушки пирамиды и заменили ее вечными родительскими инстинктами. Но желание самореализации не исчезает из нашего представления о социальных целях, преследуемых индивидуумом. Напротив, оно напрямую связано с более глубокой эволюционной целью достижения определенного статуса и приобретения партнера (вспомните Пабло Пикассо и Диего Риверу, каждый из которых обращал свой талант в инструмент завоевания многих красивых женщин).

Позже в этой книге мы расскажем о научных доказательствах, позволяющих несколько трансформировать пирамиду Маслоу, а также покажем, как разные люди проходят эти участки пирамиды с различной скоростью (см. главу 6 «Быстрая жизнь и ранняя смерть»). Но сейчас давайте посмотрим на то, как наши субличности относятся к финансовым решениям.

Субличности встречаются с деньгами

Один из авторов этой книги (Влад) когда-то работал специалистом-практикантом в «Морган Стенли», гигантской транснациональной финансовой корпорации. Его начальник, управлявший фондом с многомиллионными активами, был прожженным ветераном вьетнамской войны, который приобрел вкус к прелестям жизни, любил быстрые машины и звук рычащих моторов. Он процветал в сумасшедшем по темпу финансовом мире, прибегал на работу в пять часов утра и испытывал явное удовольствие от принятия высокорисковых решений, которые могли либо смести его с лица земли, либо еще больше поднять его статус героя. Принятие каждый день таких рискованных решений требует немалого мужества и уверенности в себе. И этот человек был как раз из тех, кто наслаждается приливом адреналина от далеко просчитанных финансовых ходов.

Однако управляющий фондом отличался от других участников финансового рынка в одном важном отношении. Хотя, как известно, финансисты на Уолл-стрит работают круглосуточно (в конце концов, деньги ведь никогда не спят), этот человек придерживался строго противоположной линии: он отказался от принятия финансовых решений дома. Такое поведение мотивировалось скорее не стремлением к отдыху и релаксации, а глубокой стратегической мудростью. После многих лет, проведенных в финансовой отрасли, он осознал глубокий раскол в его личности. В офисе управляющий был своего рода героем, который встречал проблемы с открытым забралом. Но дома он превращался в семейного человека, у которого есть любящая жена, маленькие дети и очаровательный щенок. Финансовые решения, которые он принимал в границах своего семейного мира, были значительно более осторожными, чем решения, принимаемые в офисе. Одни и те же рискованные финансовые предприятия, которые казались надежными и просчитанными на работе, дома выглядели весьма сомнительными, если не опасными. Чтобы оставаться успешным в корпорации, финансист должен был брать на себя огромные риски, но родитель внутри него таких вариантов не допускал.

Этот человек понял нечто важное о множественности человеческой природы:

наши разные субличности активизируются в различных ситуациях.

Это имеет большое значение не только для осуществления инвестиций, но и для понимания внешне иррациональных заблуждений, которые переполняют нашу голову.

Поворачивая вспять наше неприятие потерь

Давайте еще раз посмотрим на явление, называемое **эффектом неприятия потерь.** Это склонность людей придавать потерям большее значение, чем приобретениям. Данное явно иррациональное когнитивное искажение было открыто поведенческими экономистами — теми веселыми лабораторными исследователями, которые любят выискивать в людях всякие дефекты (они еще носят под белыми лабораторными халатами футболки с принтом «Роллинг Стоунз» с высунутым красным языком). Эффект неприятия потерь вызвал большое недоумение рациональных экономистов — тех с иголочки одетых парней, которые легко управляются с цифрами. С точки зрения классического понимания рациональности неприятие потерь математически иррационально: $100 остаются $100 независимо от того, нашли вы их или потеряли. Но на психологическом уровне люди гораздо больше переживают потерю, чем получение той же суммы денег.

Эволюционная точка зрения на такое загадочное явление, как неприятие потерь, дает возможность вывести два важных положения. Первое состоит в том, что **многие наши когнитивные и поведенческие искажения имеют глубокие эволюционные функции.** Вспомните, что, будучи на первый взгляд иррациональным, неприятие потерь обнаруживается не только у человеческих существ во всем мире, но свойственно и приматам (например, тем обезьянкам-капуцинам, которые вертели в лапах жетоны и покупали кусочки яблока). Эффект неприятия потерь рационален с эволюционной точки зрения в том отношении, что он, видимо, помогал нашим предкам справляться с фундаментальными задачами эволюционного развития. Находясь в опасности, наши праотцы, возможно, получали значительную пользу от этого когнитивного искажения, сохраняя свои жизни и конечности.

Эволюционный взгляд порождает еще одну важную мысль. **Если учитывать приспособительную функцию данного искажения, то возникает возможность предсказывать, когда оно проявится сильнее, а когда — нет.** Эта вторая мысль может подточить краеугольное предположение классических экономистов о том, что люди имеют стабильные предпочтения. Их идея заключается в том, что мы должны вести себя последовательно от ситуации к ситуации. Вам нужно стремиться избежать потерь в данный момент, через час, завтра и послезавтра. Некоторые вывели даже точные цифры, характеризующие неприятие потерь: человек ощущает потерю в 2,75 раза более психологически напряженно, чем сравнимое по размерам приобретение.

Но теория субличностей предполагает совершенно другое понимание того, как люди ведут себя в той или иной ситуации. Мы скорее представляем собой не одного стабильно последовательного в принятии решений человека, а предсказуемо непоследовательного типа, управляемого субличностями. Если такое специфическое когнитивное искажение, как неприятие потерь, приспосабливалось к решению проблем наших предков, следует ожидать, что оно действует подобно приливам и отливам в соответствии с тем, какая из эволюционных целей наиболее важна для человека в данный конкретный момент времени. Таким образом, мы можем говорить о том, что люди будут испытывать неприятие потерь в одних ситуациях сильнее, чем в других.

Совместно с коллегами Джессикой Ли и Стивом Нейбергом мы решили проверить эти возможности в серии экспериментов. Как и другие ученые в прошлых исследованиях, мы спрашивали людей о том, как бы они себя чувствовали в случае выигрыша или потери $100. Однако перед этим испытуемым давали прочитать короткие истории, призванные активизировать в них самозащитную су б личность или субличность, отвечающую за поиск партнера.

Активизируя самозащитную субличность, мы предлагали участнику прочитать историю о нахождении человека в своем доме в одиночестве ночью. Он слышал подозрительные звуки за окном. Поначалу он думал о них как о шуме ночного ветра, но по мере развития ситуации становилось ясно, что кто-то проник в дом. Человек зовет на

помощь, но никто не отзывается. Затем испытуемый слышит шаги за дверью спальни. Он поднимает трубку телефона, чтобы вызвать полицию, но линия, оказывается, перерезана. В конце концов взломщик зловеще хохочет и поворачивает ручку двери спальни.

Когда же мы будили в испытуемом субличность, отвечающую за приобретение партнера, то просили его прочитать историю, как некий человек (он или она), находящийся в отпуске, встретил потенциального партнера, к которому сразу же испытал интерес. Выбранный объект (он или она) также находит партнера неотразимым. Поэтому они изыскивают всевозможные предлоги, чтобы все время находиться рядом. Чувства бурно растут, и дело заканчивается страстным поцелуем.

И мужчины и женщины, прочитавшие историю об отпуске, нашли ее весьма романтичной и даже сексуально возбуждающей. Те же, кто прочел другую историю о таинственном взломщике, пережили приступ малодушного страха и недобрые предчувствия. Какой же эффект на неприятие потерь оказывает активизация страха в противовес активизации романтических чувств?

Пробуждение самозащитной субличности делало людей еще более нетерпимыми к возможным потерям — они рассматривали потери как нечто значительно большее, чем приобретения.

Это открытие представляет важность с той точки зрения, что неприятие потерь решало для наших предков задачи, связанные с выживанием. Когда вдали появляется признак опасности, лучше побеспокоиться об этом. Следует предположить, что наш внутренний ночной сторож особенно подвержен неприятию потерь.

Но если в состоянии самозащиты потери представлялись людям чем-то огромным, то в ситуации, когда активизирована субличность, отвечающая за поиск партнера, все выглядело иначе. Когнитивное искажение в виде неприятия потерь исчезло и даже сменилось на противоположность — участники-мужчины начисто забыли о потерях и думали только о приобретениях.

Таким образом, для мужчин, активизированных на поиск пары, приобретения оказывались важнее потерь. Почему? В животном мире неспособность найти самку ставит самцов млекопитающих перед критическим риском не передать потомству свои гены.

Вспомните молодых скейтбордистов в Австралии, которые забыли о всякой осторожности, когда за ними наблюдала молодая девушка. Потенциальные приобретения при подборе пары становились очень важными, поскольку те представители мужского пола, которые излишне заботились о безопасности, проигрывали на самом критическом шаге эволюции.

Хотя многие поведенческие искажения считались раньше весьма стабильными, оказывается, что такие из них, как неприятие потерь, коренным образом видоизменяются от ситуации к ситуации: их проявление может усиливаться, прекращаться или даже инвертироваться. Эти вариации не являются ни произвольными, ни иррациональными. Они просто отражают работу наших глубоко рациональных субличностей.

Некоторые субличности, как, например, наш ночной сторож, склонны к неприятию потерь. А другие не склонны, как мужская субличность изменчивого одиночки, который ищет себе пару.

Чтобы предсказать, будет ли вести себя человек по линии искажения в виде неприятия потерь или нет, требуется понимание того, какая из семи находящихся в голове субличностей контролирует ситуацию в данный момент.

Кем же был настоящий Мартин Лютер Кинг-младший?

Когда Мартин Лютер Кинг-младший совершал абсолютно разные поступки в тех или иных ситуациях — он лицемерил или страдал от распада его подлинной, более рациональной личности? И если предположить, что вы не всегда действуете последовательно, значит ли это, что вы тоже лицемерите?

Теория субличностей предполагает более глубокое обоснование лицемерия, чем кажется на первый взгляд. Если каждый из нас обладает множественностью как личность, тогда не следует удивляться проявлениям лицемерия. Было бы весьма соблазнительно (но неверно) представлять наши субличности играющими разные роли в различных обстоятельствах, как делаем мы на вечеринках в Хэллоуин, подгоняя манеру поведения под соответствующий костюм. Мы осознаем, что иногда хотим предстать кем-то, кем мы на самом деле не являемся. Но наши субличности — это не роли. Идея о разных ролях подразумевает, что вы снова становитесь единым «настоящим» собой, как только покидаете сцену или снимаете маску. Но если вы представите себя состоящим из нескольких субличностей, то вы как единая личность станете миражом — иллюзией, порожденной вашим ультрарациональным сознанием. Но если вы представите, что в вас заключено несколько субличностей, тогда единый **Вы** станете миражом — иллюзией, порожденной вашим ультрарациональным сознанием. Идея о субличностях подразумевает, что есть много реальных **Вас** , а не только один. **Вы** со своими друзьями, **Вы** на свидании, **Вы** внутри своей семьи и **Вы** , стремящийся к продвижению по службе, — это все один и тот же реальный **Вы** .

Некоторые из ваших субличностей имеют общие цели. Например, установление дружеских отношений с соседями одновременно служит достижению социальных и самозащитных целей, а также целей проявления заботы о близких. Но некоторые из субличностей преследуют несовместимые цели и тянут вас в противоположные стороны.

> **И когда одна из субличностей получает право командования, она может не очень-то учитывать желания других субличностей, которые сейчас неактивны.**

Самозащитная субличность, побуждающая вас поужинать в популярном, хорошо освещенном ресторане, не принимает в расчет того, что ваша субличность, отвечающая за приобретение партнера, предпочла бы уютный ресторанчик, находящийся вдали от шума города в нескольких кварталах на полуосвещенной улице. А когда вы замечаете за углом стаю поигрывающих ножами хулиганов, вам становится совсем не до мыслей о романтической встрече с подружкой.

Особенно не сходятся характерами субличность, отвечающая за приобретение партнера, и субличность, стремящаяся его удержать. Первая вовсе не считает, что дала обет целомудрия только потому, что вторая надела обручальное кольцо и поклялась в вечной верности. Кинг как раз и является персонификацией напряженных отношений между этими двумя субличностями. Когда влиятельный человек с высоким общественным статусом находится вдали от дома в окружении восхищенных фанаток женского пола, внутри него не только сдает позиции добропорядочный супруг, но на водительское сиденье запрыгивает активизировавшийся внутренний изменчивый одиночка. И когда этот тип начинает действовать, он не слишком задумывается о том, что делал бы на его месте внутренний верный муж.

Это, однако, не означает, что существование субличностей извиняет или оправдывает наше аморальное поведение. Но факт их наличия объясняет, почему люди часто ведут себя лицемерно: у нас одно тело, но наш мозг от рождения разделен. Действия субличности, отвечающей за поиск партнера, зачастую приводят к печальным последствиям, когда новый сексуальный партнер чувствует себя обманутым и созывает пресс-конференцию. Но как мы видели в описании возможности обратного действия неприятия потерь, присутствующая в мужчине субличность для поиска партнера не очень-то готова оценить возможные утраты, когда на горизонте маячат немедленные приобретения.

Теперь, когда мы подробно представили ваших субличностей, давайте более пристально посмотрим на то, как они действуют в бизнесе. Но мы должны предупредить: если вы когда-то слушали лекции по экономике, следующая глава, возможно, побудит вас выбросить имеющиеся учебники. Чтобы понять почему, сделаем сначала остановку в «Диснейленде».

Глава 3. Домашняя экономика против экономики Уолл-стрит

16 октября 1923 года Уолт и Рой О. Дисней открыли небольшое дело, дав ему название «Студия мультипликации братьев Дисней». Уолт был художником-мультипликатором, а Рой заведовал финансами. Имея мизерный бюджет, работая в гараже дяди Роберта, братья Дисней балансировали на грани банкротства на протяжении почти десятилетия, часто занимая деньги у родителей и других родственников.

С самого начала Уолт строил большие планы, не скупясь на расходы на первый звуковой мультипликационный фильм. Затем он поднял планку еще выше и сделал мультик, используя технологию «Техниколор». В 1937 году братья поставили все на то, чтобы выпустить первый полнометражный мультипликационный фильм. Хотя и весьма рискованное, это предприятие увенчалось большим успехом.

Сегодня, через 75 лет, мы полагаем, вы все еще помните ту картину. Она называлась «Белоснежка и семь гномов». Затем братья выпустили подряд еще нескольких выдающихся классических лент: «Пиноккио», «Дамбо», «Фантазия» и «Бэмби».

Ведя свой бизнес в течение многих лет, братья Дисней порой серьезно расходились во мнениях, что в основном объяснялось перфекционистскими устремлениями Уолта и его полным пренебрежением к деньгам. Для «Белоснежки» Уолт нанял большую группу художников-мультипликаторов, вложив в картину три года каторжного труда и $1,5 млн (неслыханная сумма в годы Великой депрессии). Даже после того, как фильм был завершен, Уолт хотел потратить еще $300 тыс. на финальные штрихи, но Рой заблокировал это решение. Несмотря на это, два брата держались друг за друга на протяжении всей жизни, переживая вместе взлеты и падения, развивая свое дело и продвигая его за пределы киноиндустрии. В 1955 году они открыли «Диснейленд», а в 1971 году — «Диснейуорлд», оставив после себя крупнейшую в то время медиакорпорацию в мире.

Перенесемся в 1984 год, когда новым президентом компании стал Майкл Эйснер. Хотя братья Уолт и Рой Дисней покинули этот мир почти за десятилетие до этого, предприятие продолжало носить черты некоего семейного бизнеса. Рой Е. Дисней, сын Роя О., оставался главным художником-мультипликатором и вице-председателем совета директоров. Компания выросла до размеров большой корпорации, но ее сотрудники не подвергались массовым увольнениям между производством фильмов, что типично для киноиндустрии. Работа в компании «Дисней» подразумевала принадлежность к некой семье, а не обычное корпоративное существование. Раз в неделю сотрудники даже получали свободное время после обеда, чтобы вместе играть в софтбол.

Теперь отправимся в 2003 год. После двух десятилетий правления Эйснера некогда теплая и дружелюбная по атмосфере компания, которая произвела на свет легендарных Микки Мауса, Слипи, Снизи и Допи, превратилась в поле ожесточенных столкновений, разжигаемых юридическими и управленческими кланами. Хотя Эйснера в корпорацию привел не кто иной, как Рой Е. Дисней, он открыто критиковал многие из решений председателя правления. Эйснер ответил тем, что организовал заговор по устранению Роя из совета директоров. Вся эта нечистая клановая война широко освещалась средствами массовой информации, бросая тень на взращенный с таким трудом имидж компании, гордившейся благожелательной и почти семейной атмосферой, а также на ее финансовое положение. В результате Эйснер был с позором смещен со своего поста.

Принимая во внимание миллиарды долларов, стоявшие на кону, почему Эйснер и Рой

Е., которые когда-то были друзьями, не смогли продолжить линию великих основателей компании и попробовать взаимодействовать?

Если только вы не отшельник, большинство ваших замечательных достижений и болезненных падений касаются других людей.

Иногда усилия людей удачно сочетаются и приносят замечательные плоды, как та же «Белоснежка». Однако процесс выстраивания отношений в социальном мире чреват возможными конфликтами, начиная от споров вокруг игры в монетку на детской площадке и заканчивая яростными столкновениями в зале заседаний совета директоров корпорации вокруг многомиллиардных решений. Почему одним людям удается находить ключ к собратьям, а другие не могут уживаться со своими коллегами?

Если мы внимательнее посмотрим на свод правил взаимодействия с людьми, существующий в рамках рациональной экономики, то откроем для себя поразительную вещь: наиболее успешные команды и президенты компаний действуют скорее не по линии максимизации прибылей и минимизации расходов, а по совсем другим законам — тем, по которым функционируют и наши различные субличности. Это полезно знать, так как, садясь за стол переговоров, вы захотите, чтобы при этом присутствовала ваша правильная субличность.

Игра в игры

Брут и Цезарь, Юнг и Фрейд, Леннон и Маккартни — все они известны очень плодотворным партнерством, которое затем превратилось в заслуживающие сожаления разрывы отношений. Даже самые тесные социальные связи иногда становятся основой для супружеских ссор, конкуренции между близкими людьми или конфликтов отцов и детей. Жизнь состоит из хрупких компромиссов. Убирает ли жена на кухне безропотно или она, возможно, начинает спор по поводу распределения домашних обязанностей? Оплатит ли мужчина ресторанный счет пятый раз подряд или спросит свою спутницу, не знакома ли она с правилами поочередной оплаты ужинов? Сдастся ли родитель на крики малыша, требующего сладкого в супермаркете, или скажет «нет» и будет рисковать тем, что ситуация разовьется в смущающий его и окружающих полномасштабный скандал?

Рациональные экономисты и математически мыслящие бизнес-аналитики изучают такого рода взаимообмены с использованием определенного набора идей, сведенных в *теорию игр.* **Эта теория рассматривает сложные и запутанные решения с точки зрения холодной жесткой логики.** Например, должны ли вы принять первое же предложение по зарплате от корпорации «Акме» или следует поторговаться, рискуя тем, что директора найдут кого-то еще на это место? Просчитывая различные варианты в чистых цифровых значениях, экономисты превращают сложные дилеммы в точные математические задачи. А люди любят математическую точность — настолько, что восемь разных ученых, занимавшихся теорией игр, были удостоены Нобелевской премии.

Если вы когда-либо проходили курс экономики или социальной психологии, то наверняка слышали о так называемой *дилемме заключенного* — типичном примере теории игр в действии. Представьте, что вы преступник. В один прекрасный день вас и вашего подельника арестовывают по подозрению в совершении преступления. Вас держат в разных камерах. В вашу камеру приходит окружной прокурор и предлагает вам два варианта: вы продолжаете молчать или признаетесь в преступлении. Храня молчание, вы выбираете взаимодействие с напарником, идя по стандартному криминальному пути. Сделав же признательные заявления, вы предадите подельника.

Итак, что же вы предпочтете: сотрудничать с другим преступником, зашив себе рот, или предать его и донести? Для вас обоих, как для связанной пары, лучшим выбором было бы помогать друг другу и ничего не говорить. Если вы оба будете держать язык за зубами, то

дело закончится менее длительным сроком заключения (у прокурора не будет достаточно доказательств, чтобы посадить вас надолго). Если каждый из вас предаст другого и донесет, вы оба получите значительно больший срок.

Обдумывая решение, вы стоите перед дилеммой: если вы будете молчать, а ваш подельник расколется, дело для вас может закончиться очень плохо. Вас упекут за решетку надолго, партнер же заключит со следствием сделку и выйдет из тюрьмы. С другой стороны, если ваш подельник сохранит молчание, а вы дадите признательные показания против него прокурору, могут освободить вас! Исход для вас зависит не только от того, что делаете вы, но и от того, как ведет себя ваш подельник. Эта дилемма представляет собой идеальный материал для теории игр.

Исследователи часто экспериментируют с дилеммой заключенного, предлагая деньги как за признание, так и за донос. Например, если вы и другой участник эксперимента принимаете решение действовать заодно, то каждый получает $5. Но если вы оба донесете друг на друга, то удовольствуетесь только $2. Такая ситуация заставляет подумать о том, что взаимодействие — лучшая линия поведения. Но это не так. Если вы примете решение донести, а ваш партнер сохранит молчание, то вы получите $8, а он — ничего. Конечно, если случится противоположное (вы продолжаете придерживаться тактики молчания, а подельник вас предает), тогда вы останетесь ни с чем. Этот результат известен как *расплата неудачника*
.

С точки зрения рационального экономиста наиболее разумным решением этой дилеммы было бы ваше предательство. Оно целесообразно, потому что дает вам относительно лучший результат, независимо от действий напарника. Если вы доносите, то выигрываете, невзирая на то, предаст ли вас партнер (вы получаете $2 взамен $0) или продолжит молчать (вы получаете $8 вместо $5). В соответствии с логическими правилами теории игр лучшим выбором для любого человека является предательство партнера, поскольку никто в здравом уме не примет решение стать неудачником.

Хотя теория игр логична и точна, поведенческие экономисты и другие психологи, изучавшие подобные дилеммы, указывают на одну небольшую проблему.

Реальные люди не действуют по тем правилам, которые для них придумали рациональные экономисты.

Даже в кратковременных играх с абсолютно незнакомыми вам людьми, которых вы больше никогда не увидите и не услышите, участники часто принимают решение о взаимодействии.

Мы как человеческие существа не можем вести себя рационально при достижении договоренностей разного рода. В одной экономической игре, которая называется *«последний шанс »*, вам дают определенную сумму денег (скажем, $100), которую вы должны разделить между собой и другим играющим. Этот участник не может влиять на то, сколько денег вы ему дадите. Но если по ходу игры он говорит «нет» на ваше предложение, то вы оба не получаете ничего. Рациональные экономисты утверждают, что наилучшим выбором для вас явилось бы предложение вашему партнеру очень незначительной суммы, возможно, $1. При этом $99 вы оставляете себе. Почему? Потому что если партнер говорит «да», он получает $1, если «нет» — $0. Таким образом, до тех пор, пока партнер делает рациональный выбор, он у вас в руках. Однако люди, которым предлагают долю всего в $1 от $100, обычно отвечают тем, что рациональные экономисты считают иррациональной злобой: они говорят: «Нет, спасибо. Вместо этого я возьму $0!» На самом деле предлагающие участники этой игры не действуют, как должны были бы действовать с точки зрения рациональных экономистов. Даже выросшие в капитализме игроки-американцы проявляют поразительную щедрость, часто предлагая партнеру разделить сумму пополам (исключением являются студенты-экономисты, которые предпочитают играть жестко и в результате оставляют бюджет эксперимента с меньшими суммами, чем не столь «рациональные» люди).

Поведенческие экономисты — специалисты по лабораторным исследованиям процесса принятия решений, которые раскрыли многие из наших предполагаемых дефектов, посвятили тысячи страниц в научных журналах подобным «аномалиям», «искажениям» и «парадоксам». Но действительно ли эти нарушения экономической рациональности означают, что человеческие существа имеют какие-то изъяны? С точки зрения эволюционного психолога, суть следует искать глубже.

Разработанные рациональными экономистами правила теории игр верны, когда договаривающиеся стороны действуют как хладнокровные экономические модели, причем каждая из них добивается максимального денежного результата.

Эти правила достаточно хорошо объясняют, каким образом корпорации «Кока-Кола» и «Пепси-Кола» конкурируют на рынке, как покупаются и продаются подержанные автомобили, как игроки на Уолл-стрит обмениваются акциями или как совершаются сделки со свиными тушами на Чикагской товарной бирже. Но человеческие существа не являются хладнокровными экономическими моделями. Корпорации, рыночное ценообразование и даже сама по себе экономика — это новые явления с точки зрения эволюции. Наши предки никогда с ними не сталкивались. Вот с кем наши прародители имели дело — так это с родными и близкими. Даже сегодня для большинства людей на планете самыми значимыми являются связи с друзьями и членами семьи. Когда речь идет о семье, мы играем уже совсем не по правилам рациональных экономистов.

Домашняя экономика: игра родственников

Что произошло бы, если бы в игре с дилеммой заключенного другим заключенным был ваш клон? Нэнси Сегал, поведенческий генетик Университета штата Калифорния, Фуллертон (это как раз вверх по дороге от «Диснейленда»), занималась этим вопросом. Она исследует схожести и различия в поведении и предпочтениях близнецов, например вопрос о том, сохраняют ли близнецы, разлученные при рождении, те же свойства личности, когда они вновь встречаются через 30 лет. Нэнси Сегал считает, что изучение отношений между близнецами открывает необычную возможность исследовать один из самых могущественных принципов эволюции — *объединенную приспособляемость.* Идея проста: поскольку эволюция поощряет такое поведение, которое способствует передаче ДНК по наследству, то, следовательно, естественный отбор также поощряет и большее взаимодействие между организмами, наделенными одинаковыми генами.

У нас и наших родственников есть некоторые общие гены, и это означает, что помощь родственникам с генетической точки зрения так же полезна, как помощь самим себе.

Принципы объединенной приспособляемости объясняют, почему кровь сильнее, чем вода. Но они говорят не только о том, что люди будут помогать родственникам больше, чем незнакомцам. Эта концепция уточняет: люди склонны оказывать большую помощь тем членам семьи, с которыми у них совпадают гены. Например, если вы собираетесь бежать в горящий дом и спасать людей, принципы объединенной приспособляемости подразумевают, что подвергание риску вашей собственной жизни будет оправданным в случае спасения вами двух сестер или братьев (каждый из них разделяет половину генов с вами), четырех племянников или племянниц (они разделяют с вами четверть своих генов) либо восьми двоюродных братьев (в их крови 1 /8 тех же генов, что и у вас).

Сотни открытий в области зоологии подтверждают эти положения. Суслики более склонны к тому, чтобы рисковать жизнью, подавая громкий сигнал тревоги, предупреждающий о приближении хищника, в том случае, если этим они спасают своих

родных братьев и сестер, в сравнении, скажем, с двоюродными. Белогрудые пчелоеды предпочитают делиться пищей в большей степени с единоутробными братьями и сестрами, чем с двоюродными. И взаимопомощь внутри семьи человека также идет преимущественно по генетической линии.

Из общей суммы денег, завещанных людьми, 92,3% достаются членам семьи и только 7,7% — не членам семьи. А из тех денег, которые завещают генетическим родственникам, 84% идет тем, кто разделяет с завещателем половину генов, 14% — тем, кто разделяет с ним 1/4 генов, и только менее 2% — тем, кто имеет 1/8 общих генов с завещателем.

Вы увидите всю мощь общих генов, если сравните отношение родителей к детям, с которыми они связаны кровью, и к тем, с кем они связаны браком. В классической сказке отвратительная мачеха Золушки ведет себя с ней как с последней служанкой на фоне того, что двух своих зловредных родных дочерей она холит и лелеет. Грустно это признавать, но сказка напоминает современный мир. Родители в 5,5 раза менее склонны платить за обучение в колледже приемных детей, чем родных. Приемным детям достается мало поощрений, часто они получают излишне строгое наказание. Дети, воспитывающиеся приемными родителями, имеют в 40 раз больше шансов столкнуться с семейным насилием, чем те, которые живут с двумя генетическими родителями. При этом большая часть насилия исходит именно от приемного родителя. Еще сильнее потрясают данные об убийствах. Хотя убийства малолетних детей сейчас являются редкостью, все же вероятность убийства детей, проживающих с приемными родителями, в 40-100 раз больше, чем родных! Происходит ли это из-за того, что приемные дети воспитываются преимущественно в семьях, уровень доходов которых ниже, или здесь есть еще какая-то особая неизвестная переменная? Нет. Даже в семьях, в которых приемные и родные дети живут под одной крышей (для них все неизвестные переменные уравнены), приемные дети могут быть подвергнуты насилию в девять раз чаще, чем находящиеся здесь же родные.

Нэнси Сегал, исследователь близнецов, задалась вопросом о том, будут ли принципы объединенной приспособляемости действовать в тех случаях, когда братья и сестры имеют больше общих генов, чем обычно. Для прояснения этой проблемы она сравнила однояйцовых (монозиготных, или идентичных) и разнояйцевых (дизиготных, или неидентичных) близнецов. Хотя оба типа близнецов рождаются в одной и той же семье в одно время, они отличаются по пропорциям содержания генов. У разнояйцевых близнецов гены, как и у простых братьев и сестер, совпадают только наполовину. А вот у однояйцовых близнецов гены на 100% идентичные. Таким образом, идентичные близнецы являются, по существу, клонами.

В своих научных изысканиях Сегал постоянно находит, что

> **однояйцовые близнецы имеют между собой более тесные отношения и помогают друг другу больше, чем разнояйцовые.**

Идентичные близнецы чувствуют себя ближе к детям своих братьев и сестер, чем неидентичные. А когда член идентичной двойни умирает, переживший его близнец испытывает более глубокое и продолжительное чувство скорби, чем это происходит у неидентичных близнецов.

В одном из экспериментов Сегал и ее коллега Скотт Хершбергер предложили близнецам известную дилемму заключенного. Желая быть последовательными в плане соблюдения экономических правил данной игры, ученые проинструктировали близнецов таким образом, чтобы повысить собственный интерес каждого из них. Они объяснили, что задачей является выиграть как можно больше денег для себя лично и не беспокоиться о том, что произойдет с другим близнецом — участником игры. Оказалось, что, несмотря на побуждение думать только о собственной максимальной выгоде (в духе рациональных экономистов), близнецам было трудно предать друг друга. Зато в большинстве случаев они инстинктивно принимали решения в пользу взаимодействия с партнером по игре.

Самым интересным результатом исследования было установление существенного различия в подходе к вопросу о взаимодействии близнецов, имеющих половину или 100% общих генов. По сравнению с неидентичными близнецами идентичные на 27% чаще демонстрировали желание сотрудничать друг с другом. Мы далеки от предположения, что в голове близнецов происходил холодный расчет степени родства между собой.

Идентичные близнецы просто более склонны к поддержке друг друга, чем неидентичные. Примерно так же, как и мы более склонны одалживать деньги братьям и сестрам (которые несут в крови 50% наших генов), чем кузену Миртли (который имеет только 12,5% генов, идентичных нашим).

Изучение близнецов показывает не только то, что кровь сильнее воды, но и то, что кровь более близкого генетически родственника обычно кажется вам гуще, чем кровь отдаленного родственника.

Предпочтение, которое мы отдаем тем, кто разделяет с нами больше генов, основывается не на том, что мы проводим со своими ближайшими родственниками много времени.

Даже если идентичные близнецы воспитывались раздельно, а потом воссоединились, их привязанность друг к другу сильнее, чем у воссоединившихся неидентичных двойняшек.

Домашняя экономика против экономики корпоративной

Давайте вернемся к корпорации «Дисней» и рассмотрим две пары людей, которые управляли компанией. Братья-основатели Уолт и Рой О. во многом не соглашались друг с другом и иногда яростно спорили, но они нашли путь к взаимодействию и держались один другого на протяжении всей жизни, которая дарила им и победы, и поражения. Рой Е. и Майкл Эйснер, напротив, не захотели найти точки соприкосновения и вытащили всё грязное белье на публику, что привело к падению финансового положения и имиджа компании.

Каждый из этих конфликтов может быть проанализирован с точки зрения теории игр. Давайте предположим, что Эйснер и Рой Е. решают дилемму заключенного в лабораторных условиях и могут выиграть до $100. По существу, это игра в ноль: если Эйснер выигрывает $100, то это те $100, которые не получит Рой Е. Если Рой выиграет больше, то Эйснер получит меньше. Правила рациональной экономики подсказывают, что при конфликте интересов самая лучшая стратегия для обоих игроков — предать друг друга, чтобы не остаться в дураках. Рой Е. и Эйснер скрупулезно следовали этим правилам, играя только в пользу личного интереса, что и привело к плачевным результатам.

А теперь посмотрите на ситуацию с точки зрения двух братьев, Уолта и Роя О., играющих в ту же игру. В отличие от Роя Е. и Эйснера, братья Дисней имели 50% одинаковых генов в крови. Это очень важно, поскольку

с эволюционной точки зрения успех вашего брата — это и ваш успех.

Все, что способствует выживанию и репродукции вашего брата, пополняет и ваш собственный эволюционный счет. Такая постановка вопроса делает разрешение указанной дилеммы игрой с беспроигрышным результатом: выигрыш в $100 для брата означает также выигрыш в $50 для вас. Действительно, иногда члены одной семьи могут выиграть за счет проигрыша.

Когда один из авторов этой книги, Дуглас, объединил усилия с коллегами Федерико Санабриа, Джилл Санди и Питером Кил ином, чтобы пересмотреть дилемму заключенного на изложенных выше условиях, оказалось, что она просто исчезала, когда в игру играли два брата. В большинстве случаев их глубинной рациональной стратегией становилось не предательство, а взаимодействие. Размышляя над этим, начинаешь понимать, почему Рой О. мог выносить финансовые причуды своего брата Уолта так, как этого не смог сделать Рой Е.

в отношении Майкла Эйснера, который был связан с кланом Диснеев только финансовыми узами, но не генами.

Из факта генетической связи между братьями и сестрами еще не следует то, что они всегда будут ладить. Братья и сестры часто жестоко дерутся, и даже Уолт и Рой, деловые партнеры по жизни, в течение весьма длительного периода избегали друг друга и общались только через посредников.

Видный эволюционный биолог Роберт Трайверс заметил однажды, что с точки зрения эволюции от братьев и сестер следует ожидать определенной конкуренции между собой. За исключением очень редких случаев идентичных близнецов, братья и сестры носят в себе только половину одинаковых генов. Если смотреть на мир глазами ваших довольно эгоистичных генов, то каждый доллар, потраченный матерью и отцом на вас, потрачен правильно, но из того же доллара, вложенного в вашего брата, 50 центов израсходованы впустую (на те самые гены, которые у вас не общие).

Несмотря на то что братья и сестры не всегда отлично взаимодействуют между собой, они кооперируются друг с другом больше, чем с неродственниками. Конфликты между членами одной семьи вряд ли следует считать невозможными. Они просто менее острые, чем конфликты между людьми, не связанными родственными узами. Хотя во всем остальном они с братом были равны, Рой Дисней также предпочитал, чтобы доллар тратился на него. Доллар, израсходованный на члена клана Эйснеров, он считал потраченным зря. А доллар, который шел на брата Уолта, пусть и на 50 центов, был потрачен правильно.

Теория игр и ее правила для отдельных субличностей

В природе существует как минимум две разновидности теории игр: одна основывается на действующих на Уолл-стрит законах рыночного ценообразования, а вторая — на родственных связях. Но есть ли другие варианты таких игр? Оказывается, для каждой субличности из тех, с которыми мы встречались ранее, есть свой набор правил игры. Поскольку наши эволюционные интересы выстраиваются по-разному, в том, что касается объединения с людьми, отношений с кровными родственниками, друзьями, начальниками, романтическими партнерами и супругами, каждая наша субличность договаривается с ними по собственным правилам. Какая именно субличность выйдет на авансцену, зависит от того, кто еще находится на площадке.

Выгоды нахождения в команде: игра в присоединение

Дружба приносит немало выгод. Ваши приятели могут подставить плечо, когда вам нужно поплакать, или помочь лишней парой рук и ног, когда вам нужно передвинуть тяжелую мебель. И если вы посмотрите на список участников любого успешного частного предприятия, то обнаружите, что основную роль в нем играли несколько друзей. Возьмите, например, человека, который внесен в *«Книгу рекордов Гиннесса»* в качестве «самого успешного музыканта и композитора в современной популярной музыке». Этот человек сделал 60 своих пластинок золотыми (добившись продажи более полумиллиона копий), а один из его синглов исполнялся более чем 200 певцами во всем мире. Песня *Yesterday* помогла ее автору (которого зовут Пол Маккартни) стать одним из богатейших людей Великобритании — его состояние оценивалось в 2010 году в $714 млн.

Но ни одно из его достижений не стало бы возможным, если бы у него, тогда еще 15-летнего юнца, не возникло большой дружбы в тот день, когда он пошел послушать местную рок-группу под названием *The Quarry men.* Солист этой группы, задиристый 17-летний Леннон, пригласил Маккартни присоединиться к ней, и позднее два этих парня создали творческий союз, договорившись разделять поровну все выгоды от любой написанной ими мелодии. На протяжении десятилетий дружбы они создали около 180 песен. Большинство из них было записано группой, название которой они позже сменили на *The Beatles.*

Договоренность о равном разделе доходов и выгод, существовавшая между Ленноном и Маккартни, — обычное дело между друзьями. Спустя два десятилетия, когда Стив Возник и его молодой напарник Стив Джобс создали корпорацию «Эппл Компьютер Инк», они имели абсолютно равные доли в акциях компании. Два человека договорились о разделе интересов 50 на 50, хотя отец Возняка считал это очень несправедливым, поскольку именно его сын сконструировал компьютер «Эппл I» с небольшой помощью со стороны Джобса, а может, и вовсе без нее.

Алан Фиске, антрополог из Калифорнийского университета в Лос-Анджелесе, считает, что

> **человеческий ум имеет несколько отдельных систем для оценки взаимообменов с разными типами людей. Теория Фиске возникла на основе его работы в Западной Африке.**

Живя среди членов племени мосси в Буркина-Фасо, этот ученый заметил, что жители деревни переключались на совершенно разные методы взаимообмена в зависимости от того, с кем они имели дело. Фиске был поражен тем, что такие же принципы взаимообмена он видел в Соединенных Штатах, а позже открыл их и в других цивилизациях, которые он посещал в качестве волонтера Корпуса мира и полевого антрополога. Мы уже встречались с двумя моделями Фиске. Первая, *рыночное ценообразование* , — это хладнокровная монетарная система, которую, как полагают рациональные экономисты, люди используют при принятии большинства решений. Но Фиске детально описал и ряд других моделей, используемых, по его наблюдениям, людьми систематически в разных частях мира.

Вторая модель Фиске, именуемая *коллективным совместным пользованием* , применяется в отношениях между близкими родственниками, такими как Уолт и Рой О. Дисней или близнецы в примере с дилеммой заключенного. Этот набор правил отношений с родственниками подразумевает передачу другому лицу всего, что вы можете отдать, и получение от него того, что вам необходимо. При этом речь об учете размера вклада каждого не идет. Модель коллективного совместного пользования применяется субличностью, отвечающей за заботу о близких.

Третья модель Фиске, *совпадение равенств* , описывает взаимообмены между равными партнерами или друзьям, такими как Леннон и Маккартни или Джобс и Возняк. Этот набор правил обычно использует наша аффилирующаяся субличность. Когда в мозгу работает данная программа, человек считает вполне справедливым, что каждый получает одинаковую выгоду и свою очередь для действий.

Эту модель применяют дружелюбные малыши на площадке, юноши в спортивных командах, взрослые при совместном использовании автомобилей и члены кооперативов приходящих нянь. Строгие математические подсчеты не нужны в отношениях между друзьями. Если я приглашаю вас на ужин и оплачиваю счет, то следующая очередь ваша. Так как мы друзья, признающие равенство в очередности знаков внимания, я не беспокоюсь из-за того, что вы являетесь опытным кулинаром и роскошно представляете свой особый стейк тартар, тогда как я напрягаю все силы, чтобы накормить вас скромным ужином из обваленной в сухарях курицы и домашней картошки фри.

Фиске противопоставляет эти дружеские модели системе рыночного ценообразования у рациональных экономистов, в которой люди платят за товары в строгом соответствии с тем, что они получают, тщательно рассчитывая рыночные цены. При этом каждый торгуется, чтобы провести сделку на наиболее выгодных для себя условиях, и позволяет тем, у кого больше средств, получить больше товаров.

Для оценки контраста между моделью рациональной экономики и той, которая применяется друзьями, представьте себе, что в конце ужина в доме вашего друга вам выставляют счет. В нем скрупулезно подсчитана разница между ценой прекрасного вина, стейка и отборных грибов, которыми вас угостили, и пива, курицы и картошки, которые вы предложили друзьям неделю назад. При этом добавлено еще 50% за время, использованное

на приготовление этих замечательных блюд, и за особое кулинарное искусство вашего друга. Это более или менее похоже на то, что вы получаете, когда идете в изысканный ресторан.

> **Модель рациональной экономики применяется к тому, как производится обмен товарами на открытом рынке, но является совершенно неподходящей и даже весьма обидной в отношениях между друзьями, которые действуют на равных и вполне удовлетворены такой договоренностью.**

В одном исследовании было обнаружено, что **люди группируют приобретения и поощрения по нескольким отчетливым категориям.** Когда-то люди дарят вам свою любовь, когда-то способствуют обеспечению вашего общественного статуса, в другое время они одаривают вас деньгами и подарками. Исследователи предложили участникам эксперимента представить, как они дают что-то из вышеуказанного другому человеку: любовь («Вы показываете человеку, что испытываете привязанность к нему и наслаждаетесь его обществом»), ощущение собственного статуса («Вы показываете человеку, что уважаете его самого и цените его таланты») или какие-то предметы («Вы передаете человеку определенные вещи, принадлежащие вам»). Затем ученые спросили испытуемых, что бы они хотели в каждом случае получить взамен. Например, если вы одариваете кого-то любовью, то что вы предпочтете получить от него: выражение привязанности, какие-то товары, деньги или готовность побыть у вас на посылках?

В противовес тому, чего мы могли бы ожидать, если бы смотрели на ситуацию с точки зрения рационального экономиста, деньги оказались последними в списке того, что люди хотели бы получить от других (если это только не была ранее данная в долг сумма). Деньги и любовь рассматривались участниками как имеющие негативную связь. Деньги не только не могут купить любовь, как об этом пели «Битлз», но, более того, предложение денег вашей подруге в обмен на признание в любви может кончиться тем, что вам укажут на дверь, за которой вы так и останетесь холостяком.

Однако тот вес, который придается в дружеских отношениях равенству интересов, имеет и негативную сторону. Когда друзья начинают ощущать искажение баланса в отношениях, они могут обидеться и ответить острыми выпадами в сторону партнеров. Так произошло в случае с Ленноном и Маккартни, когда они распустили группу «Битлз» и стали выступать с гораздо менее гармонически звучащими произведениями. Музыканты стали спорить, кому и сколько точно причитается лавров за слова и музыку в отдельных композициях, и принялись оскорблять друг друга на публике (Леннон написал едкую песню *How Do You Sleep* , в которой были слова «единственное, что ты сотворил, было *Yesterday* »).

Создатели «Эппл» избежали такого жесткого разрыва, но Возняк еще несколько лет вспоминал о том, что Стив Джобс «забыл» разделить с ним заработанный мизерный бонус, когда Возняк помогал Стиву с его программным проектом «Атари» в их молодые годы: «Он должен был поступить честно. Если бы он сказал мне, что ему нужны деньги, то он должен был знать, что я просто отдал бы их ему. Он был моим другом. Друзьям нужно помогать».

Правила совпадения равенств, используемые аффилирующейся субличностью, серьезно отличаются от тех, которым следует субличность, отвечающая за заботу о родственниках.

Теперь перейдем к нашей статусной субличности, которая пользуется своими правилами, позволяющими ей ориентироваться в социальных иерархиях.

Пирамида власти: статусные игры

Хорошо быть королем, правда? Короли, президенты и исполнительные директора крупных компаний могут позволить себе иметь дворцовые апартаменты, персональные самолеты, обслуживающий персонал, который готовит им еду, убирает за ними и относит их пурпурные мантии в химчистку.

В качестве исполнительного директора компании «Дисней» Майкл Эйснер только в

1987 году заработал круглую сумму в $40 млн. Но Эйснер был всего лишь жалким бедняком в сравнении с Бхупиндером Сингхом, седьмым махараджей княжества Патиала в Индии, который владел огромными земельными угодьями, коллекционировал «Роллс-ройсы» и усладить которого выстраивались в очередь толпы его жен и наложниц.

Даже в скромных городках и поселках, где проживает большинство из нас, смертных, соседи с более высоким статусом получают более высокую зарплату, лучшие места на парковках, офисы с хорошим видом, личных секретарш и дома, расположенные на достойной стороне улиц.

Однако не все из нас хотят быть лидерами. Стив Возняк настоял на том, чтобы остаться просто инженером и отказался от поста управленца, когда они со Стивом Джобсом создавали компанию «Эппл».

Во многих университетах большинство профессоров, вполне достойных того, чтобы возглавить факультеты, уклоняются от возможности получить солидную прибавку к зарплате, секретаршу и удобный кабинет. Когда возникает новая вакансия на подобные должности, эти профессора ведут себя так же, как знаменитый генерал времен Гражданской войны Уильям Текумсе Шерман при выдвижении его на роль кандидата в президенты. Он сказал: «Я не буду выставляться на выборы, а если меня выберут, то я не буду исполнять обязанности».

Нерешительность, которую проявляют люди в вопросе продвижения по социальной лестнице, происходит из того, что более высокая ступень общественного положения приносит не только выгоды, но и более высокие ожидания со стороны окружающих.

Алан Фиске, антрополог из Калифорнийского университета в Лос-Анджелесе, указывает на то, что лидеры и ведомые используют правила взаимообмена, отличные от тех, которыми руководствуются братья и сестры, друзья или покупатели и владельцы магазинов. Фиске называет эту иерархическую систему «ранжирование по степени влияния».

В этих отношениях взаимообмена — а они формируются нашей статусной субличностью — люди получают различные выгоды и несут различные издержки в зависимости от их положения в статусной иерархии. И никто ничего не получает даром. Нижние в иерархии отдают тем, кто наверху, свою лояльность и соглашаются с их особыми привилегиями, но взамен они надеются получить от лидеров материальные ресурсы, деньги, защиту и выработку правильных ориентиров.

Например, президент США получает возможность жить в Белом доме, летать на борту № 1 и выступать по телевизору, когда ему этого захочется. Но избиратели ожидают от него снижения уровня безработицы, увеличения заработной платы каждого, обеспечения хорошего образования для их детей, противостояния военным угрозам по всему миру и постоянного уменьшения налогов.

Лидеры обнаруживаются среди большого количества биологических видов, включая наших близких родственников шимпанзе и горилл, а также обезьян-капуцинов, зебр и антилоп, волков и домашних голубей. Даже среди овец есть лидеры. Однако большинство представителей всех этих видов, равно как и большинство людей, являются ведомыми. С точки зрения теории игр зачастую гораздо выгоднее быть членом стада, чем одиноким волком. Даже если это означает получение лидером лучших привилегий, например самого удобного места на водопое.

Без лидера, который берет на себя труд решать, идти ли всем на юг к реке, на север на пастбище или на восток на ягодную поляну, члены стада разбредутся кто куда и утратят преимущество передвижения большой группой при встрече с голодным хищником.

Ведомые среди людей часто испытывают разочарование от того, что их лидеры не организуют подобающего руководства ими и не обеспечивают вдохновляющей идеей. Всего через несколько лет после создания компании «Эппл» Стив Джобс, часто допускавший грубости в отношении членов своей команды, был уволен собственным советом директоров.

Майкла Эйснера, который зарекомендовал себя безжалостным диктатором, вышибли с поста руководителя компании «Дисней».

Пост президента США является, возможно, наивысшей по статусу позицией в мире, однако каждый президент в новой истории на протяжении своего срока был вынужден выносить постоянные злые и оскорбительные нападки со стороны средств массовой информации. Билла Клинтона чуть не сместили с должности президента за то, что он вел себя чересчур похоже на магараджу Бхупиндера Сингха, а Ричарда Никсона, по существу, вынудили оставить президентский пост в связи с Уотергейтским скандалом.

Может показаться, что быть униженным в глазах всего мира — сама по себе чудовищная плата, но дело обстояло еще хуже для Джона Ф. Кеннеди, Джеймса Гарфилда, Уильяма Мак-Кинли и Авраама Линкольна, убитых недовольными избирателями в период президентства.

Важнейшим моментом является то, что ведущие-лидеры и ведомые-последователи действуют в статусных играх по-разному.

> **Ведомые отдают лидеру лояльность, послушание и особые привилегии, но условием при этом является взаимность со стороны лидера в плане защиты их интересов и проявления дальновидности в определении правильного курса.**

В каком-то смысле лидер и его последователи в реальной жизни играют в «игру ультиматумов», которая была описана ранее и в которой ведомый ожидает от лидера демонстрации понимания того, что «положение обязывает» — *noblesse oblige* (кому много дано, с того и много спросится) и что нельзя снимать все сливки ему одному.

До этого мы говорили о разных правилах, используемых статусной и аффилирующейся субличностями, а также субличностью, отвечающей за заботу о родственниках. Но какое из этих наших вторых Я подчиняется законам рынка, разработанным представителями рациональной экономической теории? Боюсь, ответ вас испугает.

Окопная экономика: игра в самозащиту

В 1221 году жители персидского города Нишапур столкнулись с высшей по сложности задачей в теории игр. Их город был окружен стотысячной армией монгольских конных воинов во главе с Чингисханом. Он послал в город парламентера со следующим ультиматумом: «Военачальники, старики и жители! Знайте, что Бог вручил мне империю, простирающуюся от востока до запада земли. Кто сдастся, будет пощажен, но кто будет сопротивляться, будет уничтожен со своими женами, детьми и домочадцами».

Сдача военному противнику редко приводит к позитивному результату. На протяжении истории племена-победители обычно не относились к побежденным как к людям и редко считали себя обязанными соблюдать справедливость, грабя имущество, уводя жен, требуя дани и часто силой принуждая молодых людей побежденного племени вступать в победившее войско, Чингисхан имел обыкновение заставлять мужчин последнего покоренного им города идти перед конницей к месту следующей битвы, затем он загонял их лошадьми в оборонительные рвы противника и пускал по их телам свою конницу на штурм. Однако для жителей Нишапура даже такие страшные перспективы были предпочтительнее, чем предоставление Чингисхану возможности вырезать все население города на месте. Переговоры с Чингисханом окончились быстро: Нишапур сдался.

И все же иногда межгрупповые контакты проходят в менее напряженной обстановке: у чужаков бывают вещи, в которых мы нуждаемся, а в некоторых случаях полезно вступать с ними в союз. Наряду с жестокими завоеваниями Чингисхан создал также и важные торговые пути, которые соединили Азию, Ближний Восток и Европу.

Разумеется, люди становятся особенно настороженными относительно возможного обмана, когда они обмениваются товарами или услугами с представителями иных племен,

будь то монголы или кто-то другой. В отличие от ваших родичей, иноплеменники не носят ваших генов, в отличие от ваших отношений с друзьями и партнерами, с посторонними незнакомцами вас не связывает взаимное доверие.

Именно в таких случаях вступает в действие рыночная экономика, обеспечивая систему регулирования и тщательного учета всех издержек и прибылей. Деньги представляют собой удобное средство прямо сравнить стоимость медовых яблок «голден», айподов «Эппл», прокладок «Котекс», услуг факсимильной связи и эротического массажа. Но при рыночном обмене продавцы считают каждый пенс, а покупатели подозревают наличие в товаре брака, при этом каждая из сторон быстро выходит из себя при малейшем намеке на обман. Законы рациональной экономики исключительно разумны в тех случаях, когда самое важное для вас — не прогореть.

Именно поэтому наша настороженная самозащитная субличность действует на основе законов рыночного ценообразования.

Хотя эти законы позволяют понять, как люди имеют дело с подозрительными незнакомцами, они не объясняют того, как наш ум рассчитывает взаимообмены между родственниками, друзьями или людьми, стоящими на разных ступенях социальной иерархии. Однако внимательно изучив обширную литературу по теории принятия решений, вы узнаете, что

большинство ученых-теоретиков и исследователей приходят к выводу о том, что всеми решениями людей управляет некая разновидность законов рыночного ценообразования.

Это можно посчитать разумным в том, что касается попыток понять, как инвесторы ведут дела с конкурентами на Уолл-стрит.

Данные законы, вероятно, также помогли бы психологам понять, как люди взаимодействуют с лицами, абсолютно им незнакомыми, каковыми является большинство людей в условиях лабораторного эксперимента. Если кто-то совершенно вам незнаком, то разумно предположить, что это лицо (он или она) может обмануть вас, как в известной дилемме о двух заключенных.

Однако главным в данной книге является тезис о том, что экономически обоснованные законы рыночной экономики применимы для объяснения только части принимаемых людьми решений.

Большую же часть времени мы имеем дело с родственниками, друзьями, соседями, коллегами и давними деловыми партнерами. Мы даже поддерживаем отношения с теми, кто продает нам бакалейные товары и автомобили.

Лишь в редких случаях мы сталкиваемся с абсолютно незнакомыми нам людьми. И, как правило, вместо того чтобы побыстрее убежать с большим мешком денег, мы держимся поближе к окружающим нас людям и стараемся заработать их любовь, уважение и заботу о нашем благосостоянии. Если вы будете применять к окружающим законы свободного рынка, то, скорее всего, останетесь без значительного числа близких связей.

На самом деле стремление использовать других с холодным расчетом и попытки заставить их служить вашим интересам, притом что вы отдаете взамен как можно меньше, указывают на социопатию, которую психиатры считают душевным расстройством.

Говоря о близких связях, мы пока не затронули две сферы взаимообмена, в которых тоже просчитываются издержки и выгоды, а именно отношения между влюбленными и супругами. Если только вся ваша личная жизнь не уподобляется отношениям между проституткой и сутенером, вряд ли вы станете применять законы свободного рынка в любви. Законы любовных игр настолько интересны, что мы посвятим сексуальной экономике целую

главу (см. главу 8). А сейчас давайте еще раз рассмотрим законы рыночной экономики, действующие в бизнесе, в свете того, что мы узнали об обеспечении различными субличностями своих интересов.

Можно ли организовать бизнес на основе законов рыночной экономики?

Хотя законы рыночной экономики неприменимы к отношениям с друзьями и знакомыми, можно, по крайней мере, предположить, что они состоятельны в мире бизнеса. Правильно? В конце концов, это ведь бизнес.

На самом деле нет. Если только вы не проводите одноразовый торг с совершенно незнакомым вам человеком по поводу того, сколько песо заплатить за фунт гранатов, обычно законы рыночной экономики создают плохую бизнес-среду. Холодное, жесткое, чересчур рационалистическое отстаивание своего интереса могло бы быть понятным в ведении дел с потенциально враждебным незнакомцем, которого вы никогда больше не увидите и не услышите. Однако оно не будет хорошо работать в отношениях с людьми, с которыми вы собираетесь вести дела более или менее продолжительное время, будь то коллеги, клиенты или просто постоянно захаживающие покупатели.

Фредерик Уилсон Тейлор, отец так называемого «научного менеджмента», был образцовым капиталистическим мыслителем.

Работая в сталелитейной отрасли на рубеже XX века, он отмечал: «Как представляется, основополагающим правилом ведения дел в отрасли в нашем веке становится принцип, по которому работодатель должен платить работнику как можно меньше, а рабочий в отместку за это и работать должен как можно меньше».

Суперрационалистическим решением этой проблемы, предложенным Тейлором, явился расчет точного размера вознаграждения, который побудил бы рабочих повысить нормы выработки, а компании «Бетлхэм Стил» позволил бы уволить большинство менее активных работников.

Один биограф отмечает, что «Тейлор был так ненавидим рабочими, что вынужден был ходить домой с вооруженной охраной, так как опасался за свою жизнь», Тот же биограф полагает, что Тейлор своей рационалистической политикой в духе «научного менеджмента» стал непреднамеренно повинен в большем числе забастовок, чем основатель Американской федерации труда Сэмюэл Гомперс и один из организаторов Социалистической партии Америки Юджин Дебс вместе взятые.

Так что вряд ли ваши дела пойдут хорошо, если вы будете относиться к своим коллегам как к незнакомцам, с которыми вы торгуетесь из-за манго на оживленной рыночной площади. И как мы уже видели,

> **законы рынка нужно отбросить в сторону, когда мы имеем дело с членами семьи.**

Если даже у вас нет семейного бизнеса, то, возможно, вы в состоянии сделать что-то такое, что создало бы в семье атмосферу взаимной поддержки и доверия.

Домашняя экономика на Уолл-стрит

Главным различием между моделью взаимоотношений, основанных на жестких законах рынка и рыночном ценообразовании, с одной стороны, и моделью спокойных взаимоотношений в семье — с другой, является доверие. Помните, что даже экономические законы в теории игр говорят, что лучшим решением дилеммы заключенного является вариант, когда оба заключенных доверяют друг другу в степени, достаточной для совместных действий.

Проблема возникает, когда вы не можете доверять другому человеку. Будет ли ваш

плут-сокамерник соблюдать обоюдную договоренность и хранить молчание? Ведь у него немало соблазнов, чтобы вас предать. И многие экономисты считают, что он так и сделает. В таком случае наиболее разумным вашим решением будет, в свою очередь, предать его, если вы не хотите остаться в дураках.

Но в отличие от того, как это происходит на Уолл-стрит,

в играх близких людей меньше места для мотивации совершения предательства в отношении друг друга.

Если ваш брат обманывает вас исходя из какой-то своей выгоды, то с эволюционной точки зрения он обманывает и себя, теряя половину приобретений. Поскольку вы находитесь с братом в одном генетическом строю, вы верите, что он, в сравнении с незнакомцем на рынке, менее склонен обмануть вас, что и побуждает к взаимодействию с ним.

Важным выводом из всего этого является то, что

люди могут договариваться в бизнесе, используя или лишенную доверия психологию рыночной экономики, или подразумевающую доверительность психологию семейных отношений.

Задача состоит в том, чтобы переключить людей с первой на вторую, даже если они не являются вашими родственниками.

В одном интересном исследовании эволюционный психолог Лиза де Брюн предложила остроумный способ превращения настороженных незнакомцев в близких вам людей. Она попросила людей сыграть в вариант дилеммы заключенного, называемый «игра на доверие».

В этой игре вы получаете какую-то сумму денег (скажем, $10) и два варианта правил на выбор. Один из вариантов предоставляет вам полную свободу в том, как разделить указанную сумму с другим игроком (вы можете забрать себе $9 и дать ему только $1, поскольку партнер никак не влияет на принятие вами решения).

В другом случае вы отдаете партнеру все права на разделение суммы. Если вы согласитесь с тем, чтобы второй игрок диктовал свои условия, то подлежащая дележу сумма будет значительно больше (скажем, $30).

Это означает, что, позволив другому лицу делить деньги, вы можете получить большую выгоду, чем если бы деньги распределяли вы сами. Ваш выбор в игре зависит от того, доверяете ли вы другим. Как вы считаете, ваш напарник по игре будет злым или добрым диктатором?

Де Брюн полагала, что выбор человека будет зависеть от того, ведет ли он игру в соответствии с лишенной веры психологией рыночной экономики или основанной на доверии психологией семейных отношений.

В начале эксперимента исследователь сфотографировала всех испытуемых. Таким образом, при принятии решения каждый участник игры видел фотографию своего партнера, который всегда был абсолютно незнакомым для него человеком. Де Брюн установила, что люди не особенно доверяли другому участнику игры.

Даже когда они имели шанс выиграть больше денег, передав партнеру право принятия решения, в большинстве случаев они не хотели идти на риск. Рассматривая фотографию напарника, люди вели себя как работники компании «Бетлхэм Стил», подозревая, что изображенное лицо может взять деньги и исчезнуть.

В другом эксперименте в рамках этого исследования де Брюн несколько видоизменяла фотографии пары партнеров. В результате второй игрок становился похож на вашего дальнего родственника.

Игра с неким партнером, который выглядел как возможный член семьи, активизировала в людях субличность, отвечающую за заботу о близких. Неожиданно люди стали доверять второму игроку и предоставляли ему право принимать решения в игре.

В обмен на это они получали больше выгоды. Хотя никто из участников эксперимента

не подозревал, что изображения их лиц были «встроены» в фотографии партнеров, передача им денег казалась тем же самым, что и передача денег родственнику, потому что каждый из них представал как член одной и той же семьи.

Семейное предприятие

Хотя трансформации фотографий ваших сотрудников и клиентов не кажутся нам очень практичными, игра на доверие преподносит важный урок: люди станут больше доверять и взаимодействовать друг с другом, если будут ощущать себя членами одной семьи. Это как раз и произошло в авиакомпании «Саусвест Эйрлайнс», которую в течение многих лет возглавлял Герб Келлехер. Как заметил один из бывших сотрудников этой авиакомпании: «Она была не столько мегакорпорацией с тысячами работников, сколько большой семьей с множеством ее членов».

В отличие от президентов других авиакомпаний, практикующих жесткую социальную политику, Келлехер вовлек персонал в заботу о прибыли компании. Чтобы усилить семейную атмосферу, он поставил во всех офисах мягкие кресла и разрешил сотрудникам приходить на работу без соблюдения дресс-кода.

После 11 сентября 2001 года, когда вся американская индустрия авиаперевозок испытала тяжелый спад и многие авиакомпании прибегли к массовым увольнениям работников, Келлехер обратился к сотрудникам с призывом поддержать командный дух и согласиться с пропорциональным снижением зарплаты, чтобы не осуществлять выборочные увольнения членов одной большой семьи. В «Саусвест Эйрлайнс» никогда не было забастовок, а журнал «Форчун» часто называл эту компанию одним из лучших мест для работы, равно как и одной из самых уважаемых корпораций Америки.

Клиенты отметили семейную атмосферу, которую излучали сотрудники, и остались преданны этой компании. Парадоксально, но факт: избежав кровожадных решений в духе уолл-стритовского «прибыль превыше всего», «Саусвест» оставалась примером успешного бизнеса, процветая, даже когда ее конкуренты подсчитывали убытки.

Успех этой авиакомпании состоял в том, что ее руководству удалось активизировать в работниках субличности, отвечающие за заботу о близких, в результате чего не связанные узами родства люди стали относиться друг к другу как члены одной семьи. Это тот самый вариант преобразования фотографий в описанном выше исследовании: «Саусвест» смогла психологически объединить всех сотрудников в одну семью.

«Саусвест Эйрлайнз», конечно, не семья, это большая корпорация. Но ее история указывает на нечто важное в существовании ваших субличностей: они легко приспосабливаются к разным социальным контекстам, в зависимости от которых могут быть либо включены, либо выключены.

Хотя доверчивая субличность, отвечающая за заботу о близких, обычно выходит на авансцену, когда вы находитесь в кругу родственников, она может быть активизирована и в других подходящих условиях. И когда она берет бразды правления в свои руки, ваши экономические решения будут более семейно-ориентированными. Поощряя работников к тому, чтобы они представляли себя членами большой семьи, такие компании, как «Саусвест», способны психологически изменить правила игры.

Это может произойти и в более широком социальном аспекте. Речь Мартина Лютера Кинга-младшего «У меня есть мечта»[10] полна образов, которые побуждают людей разных рас представить друг друга как членов общего племени — как сограждан, живущих на земле Авраама Линкольна, Конституции Соединенных Штатов и Декларации независимости, и даже как членов общей семьи. В этой речи много упоминаний о братстве и детях. И она

---

[10] Самая известная речь Мартина Лютера Кинга, произнесенная 28 августа 1963 года, в которой он провозгласил свое видение мира, где белые и черные существовали бы на равных. — *Примеч. пер.*

транслировалась много раз после того, как д-р Кинг произнес ее, особенно для детей. Ее семейная образность, по всей вероятности, сделала больше для улучшения межрасовых отношений, чем все законы, принятые в целях наказания нарушений гражданских прав.

Давайте поговорим о компании «Уолт Дисней Компани» в свете того, что мы узнали, как наши субличности ведут бизнес. Компания «Дисней» не только была создана как фактически семейное предприятие, она продолжала сохранять в деятельности семейные принципы, даже после того, как ее покинули Уолт и его брат Рой. Но вот пришел Майкл Эйснер. Он принес в компанию жесткий дух Уолл-стрит, ставящий во главу угла только прибыль.

В результате в компании воцарилась грубая и безжалостная атмосфера. Если Уолт и Рой О. старались держать семью единой, несмотря на отдельные финансовые потери, то когда Эйснер стал терять большие деньги, к нему начали относиться как к варягу с чужой земли, и Рой О. добился того, что Эйснера буквально вышвырнули на улицу.

Каждая из наших субличностей ведет переговоры и договаривается с партнерами, следуя своим правилам.

Мы оцениваем других людей скорее не в соответствии с одним и тем же набором холодных, объективистских и эгоистичных правил, а согласно различным когнитивным искажениям в зависимости от того, с кем мы имеем дело.

Эти искажения часто заставляют нас отставить в сторону мелкие эгоистические интересы. Забвение эгоистических интересов при общении с друзьями, родственниками и партнерами по бизнесу явилось хорошей деловой практикой для предыдущих поколений. Эти когнитивные искажения привели к более выгодным взаимообменам между нашими прародителями, членами их семей, друзьями и торговыми партнерами. Но некоторые из тех искажений, которые так хорошо послужили нашим предкам, могут стать причиной дорогих ошибок и просчетов.

Далее мы рассмотрим присущие нам когнитивные искажения и ошибки в попытке понять внешне бессмысленные явления — от каждодневной излишней самоуверенности до вопиющих просчетов. Наша следующая остановка — Африка, где одно из очень сильных когнитивных искажений наших предков привело к тому, что население целой страны сделало выбор в пользу голода в противовес получению помощи.

Глава 4. Детекторы дыма в нашем мозгу

30 мая 2002 года африканское государство Замбия объявило о продовольственном кризисе. Еще до наступления этой катастрофы ситуация в стране была ужасной. Население прозябало в страшной нищете. Среднегодовой доход на семью не превышал $395, каждый десятый ребенок умирал вскоре после рождения. Но именно в 2002 году обстановка резко ухудшилась. Дождливый сезон, который обычно длится с ноября по апрель, неожиданно прекратился в середине января. Тысячи гектаров посевов погибли от засухи. В середине весны, когда продовольственные запасы страны подошли к концу, замбийцы были вынуждены перейти к потреблению ядовитых кореньев, которые приходилось варить по восемь часов, чтобы удалить из них опасные вещества. Началось истребление слонов, защищаемых законом. Несмотря на эти чрезвычайные меры, 3 млн замбийцев оказались на грани голода. Тогда президент Леви Мванаваса объявил о чрезвычайной продовольственной ситуации.

После этого у страны появилась надежда. Мир оперативно начал принимать меры по оказанию помощи Замбии. В течение нескольких недель Соединенные Штаты направили 35 тыс. тонн продовольствия отчаявшейся нации. Этого было бы достаточно, чтобы замбийцы

продержались до следующей весны. Значительная часть продовольствия поступила в качестве благотворительной помощи от американских фермеров, у некоторых из которых имелись излишки богатого урожая предшествующего года.

Но немногие могли себе представить, что случится далее. К удивлению всего мира, президент Мванаваса отклонил эту помощь!

Некоторые наблюдатели посчитали тогда, что данный ошеломляющий акт имел целью поставить всю нацию на колени в интересах злобного диктатора. Ведь он-то не голодал. Но на самом деле в объявлении бойкота международной помощи президент Мванаваса опирался на поддержку правительства и значительной части населения. Другие наблюдатели выдвинули предположение о том, что поставленное продовольствие было столь низкого качества, что вряд ли могло употребляться в пищу. Но оказалось, что эти продукты питания были идентичны тем, которые американцы употребляют ежедневно. В конце концов выяснилось, что причиной отказа замбийцев стала надпись, сделанная мелким шрифтом на ящиках с продуктами: «генномодифицировано». Многие разъяренные замбийцы отказались даже прикасаться к упаковкам, побудив тем самым президента Мванаваса к категорическому публичному заявлению: «Мы скорее умрем от голода, чем станем есть генетически модифицированную пищу». Для замбийцев 35 тыс. тонн продовольствия, поступившие из Соединенных Штатов, представлялись не едой, а ядом.

Хотя журналисты по всему миру осудили решение президента Замбии как трагическую ошибку, мы полагаем, что многие в положении Мванавасы поступили бы таким же образом. Возможно, решение главы государства и было ошибкой, но оно основывалось на рациональном когнитивном искажении, которое предупреждало о необходимости избежания еще более трагического просчета. Сейчас мы подробнее рассмотрим те самые когнитивные искажения, пришедшие к нам от предков и руководящие решениями людей.

Хотя когнитивные искажения часто считаются недостатками и приравниваются к ошибкам в принятии решений, эволюционная точка зрения подчеркивает, что многие из этих искажений происходят от стремления к приспособляемости, которое помогало наших предкам решать эволюционные задачи.

Мы, человеческие существа, рождены с когнитивными искажениями — и это обусловлено важными причинами. Хотя живущие в нас ментальные искажения иногда могут приводить к ошибкам, сам характер искажений доказывает, что наш мозг глубоко разумен.

Несовершенный мозг

Мы уже встречались с описанием ряда когнитивных искажений, открытых поведенческими экономистами — теми учеными, которые носят футболки с принтом «Роллинг Стоунз» под лабораторными халатами и любят посмеяться над поведением человека. А почему бы и нет? Иногда действительно трудно удержаться от улыбки при виде длинного списка наших ошибок в оценках.

Понимание нами реального мира деформировано такими явлениями, как, скажем, эффект переоценки консенсуса, нашей склонностью переоценивать степень согласия с нами других людей. В результате половина из нас обычно бывает шокирована итогами каждых выборов. А мир и дальше деформируется в нашем сознании еще и эффектом сверхуверенности, присущей большинству из нас склонностью считать себя во многих отношениях лучше среднего человека, хотя математически это и невозможно (по определению, половина населения земли обладает показателями ниже средних по любому из своих качеств; разумеется, это не касается вас или меня).

Сверхуверенность достигает иногда абсурдных пределов, как в случае с потерпевшими автоаварию и попавшими в госпиталь. Даже в такой ситуации они по-прежнему уверены, что водят машину лучше, чем среднестатистический водитель.

Если продолжить просматривать список задокументированных ошибок и когнитивных искажений, легко дойти до представления о человеке как о персонаже Киану Ривза в культовом научно-фантастическом фильме «Матрица». Наше восприятие мира настолько искажено нашим мозгом, что иногда появляется ощущение, что мы теряем связь с реальностью.

Но с точки зрения эволюционного психолога представляется невероятным, чтобы в нашем мозгу все было так безнадежно запутано. Если наши предки были так отдалены от реальности, как же тогда им вообще удалось выжить, не говоря уже о репродуцировании и выращивании потомков, которые, в свою очередь, выживали, развивались и репродуцировались?

Мозг — это дорогой механизм, который потребляет больше энергии, чем какая-либо другая часть нашего тела (он составляет только 2% от нашей общей массы, а потребляет от 20 до 30% получаемых нами калорий). И нужно признать, что эти калории не растрачиваются впустую. В человеческий мозг, как и в мозг других животных, заложена поразительная эффективность, что позволило нам развиваться в невероятно различных условиях.

Мы не утверждаем, что наш мозг свободен от когнитивных искажений и что люди не принимают глупых решений.

Однако мы констатируем, что пришло время пересмотреть вопрос о том, что же все-таки означает оценка «правильные» в отношении наших суждений и решений.

Приспособляемость = точность?

Принципиальное различие между традиционной и эволюционной точками зрения состоит в подходе к вопросу о том, всегда ли нужно быть точным. По мнению большинства социологов, люди должны стремиться к тому, чтобы получить доступ к неискаженной истине, что, в свою очередь, даст им возможность принимать более точные и правильные решения. Но создает ли естественный отбор организмы, предназначенные для постижения истины? Возможно, что нет. И даже наоборот, в некоторых случаях эволюция не очень приветствует правду и точность. Однако, что важно, взамен она делает так, что человеческие оценки повышают приспособляемость людей. И если наличие когнитивных искажений и неточность людей помогают достигать указанной цели, то в этих случаях мы вправе ожидать, что наш мозг будет постоянно продуцировать искаженные и неточные решения.

Ученый-когнитивист Патриция Чёрчленд указывает: «Принципиальная функция нервной системы человека состоит в том, чтобы заставить части его тела находиться там, где им положено для целей выживания... Правда, однако, заключается в том, что это ей удается не всегда».

Мы не утверждаем, что кто-то безнадежно заблуждающийся и неспособный когда-либо постичь истину, добьется эволюционного успеха. Для решения большинства встречающихся нам проблем эффективнее быть точным, чем неточным. Но наш мозг не сконструирован так, чтобы быть точным и стремиться к постижению истины 24 часа в сутки. Как мы увидим далее,

есть важные причины для того, чтобы иногда с точки зрения эволюции искажение окружающей нас реальности являлось правильным.

Подумайте над следующим примером: если объект движется на вас со скоростью 20 футов в секунду, а расстояние до не-го — 120 футов, то через сколько секунд он столкнется с вами? Точным ответом будет — через 6 секунд (точнее, через 6,001 секунды, если вы физик и учитываете сопротивление воздуха). Предположение, что это произойдет через 4 секунды, будет неточным и более того — ошибочным. Однако мозг настроен на то, чтобы намеренно

делать такие ошибки. Когда наши глаза видят приближающийся объект, мозг сообщает о том, что этот объект столкнется с нами раньше, чем это произойдет в действительности. На самом деле уже только шум от приближающегося объекта (равно как и шум воздуха от пролетающей птицы, непонятный шум в кустах) приведет к такой ошибке. Когнитивное искажение, состоящее в том, что приближающийся звук достигнет нас раньше, чем реальный объект, называется преувеличением звукового восприятия. Наши исследования показывают, что это искажение свойственно 100% людей.

Так же как и многие другие когнитивные искажения и ошибки, которые на первый взгляд кажутся иррациональными, преувеличение звукового восприятия при ближайшем рассмотрении оказывается весьма полезным. Это искажение развилось и в других животных, например у макак-резусов. Такая намеренная ошибка работает как система предупреждения и управляется самозащитной субличностью. Она дает людям запас времени в случаях, когда к ним приближается потенциально опасный объект. Если вы замечаете носорога или сходящую лавину, эффект преувеличения звукового восприятия заставит вас отпрыгнуть в сторону быстрее, чем наступит последнее мгновение.

Эволюционная выгода от немедленного отступления от приближающейся опасности была настолько важна, что естественный отбор наделил нас и других млекопитающих мозгом, который намеренно видит и слышит неточно.

Этот вид искажения даже в решении лабораторных задач может обеспечивать экономически правильные суждения, а уж в реальном мире он тем более помогает нам действовать глубоко рационально. Получается, что быть точным не всегда означает быть правым.

Не все ошибки одинаковы

Хотя на поверхности многие из наших ошибочных решений и когнитивных искажений могут казаться случайными недостатками конструкции нашего сознания, более глубокий взгляд позволяет сделать вывод, что они совсем неслучайны.

Наш мозг эволюционировал таким путем, чтобы иметь не только ментальные искажения, но и только четко определенные их виды, и никакие другие. Представьте себе одного нашего друга, который только что приобрел дом для проживания в нем с семьей. В первую же ночь семья испытала ужасное потрясение. Когда все заснули, установленный на потолке детектор дыма издал громкий пронзительный звук. Наш друг вскочил с постели и почувствовал запах едкого дыма. В ужасе он вспомнил, что вчера оставил несколько коробок с упаковочными материалами около печи внизу. Его жена быстро вывела детей из дома, пока он дозванивался по номеру 911.

К счастью, тревога оказалась ложной. Пожара не было — это соседи жгли дрова в ржавой и запущенной открытой уличной печке, забитой старой прогоревшей смолой. Через несколько недель система снова сработала, разбудив всех ни свет ни заря. И снова пожара не было. Еще через несколько недель опять возникла ложная пожарная тревога, потом еще раз. Раздосадованный тем, что детектор дыма делает так много ошибок, наш друг решил перенастроить прибор, чтобы уменьшить его чувствительность. Когда он занялся этим, его младшая дочь сильно расстроилась. Она плакала и спрашивала: «Папа, а что если действительно возникнет пожар, а сигнальная система не сработает?»

Это так называемая *дилемма детектора дыма* . Вы хотите настроить его так, чтобы он стал менее или более чувствительным? Это зависит от того, что вы цените больше: чтобы сигнализатор вас не беспокоил или чтобы вы не оказались в западне в горящем доме.

Большинство людей предпочитают иметь сверхчувствительный прибор, потому что в обмен на отдельные случайные ошибки в его работе они получают гарантию того, что их семьи останутся в живых. Мы намеренно искажаем оценку сигнализатора, потому что это помогает нашему выживанию.

Дилемма анализатора дыма похожа на те загадки, которые естественный отбор должен решать при создании наших встроенных систем, обеспечивающих осуществление выбора. Для многих решений наш мозг настроен так же, как и детекторы дыма. Ведь такой детектор принимает решение о подаче сигнала, несмотря на то что имеет неполную информацию. Когда он улавливает в воздухе даже небольшое количество частиц, напоминающих дым, он должен либо подать сигнал «Пожар! Пожар! Пожар!», либо оставаться безмолвным. Точно так же и наш мозг развился таким образом, чтобы принимать решения, даже не имея всей необходимой информации.

Представьте, что вам нужно бежать по делам и вы решаете, брать ли с собой зонт. Вы должны сделать выбор: либо вы таскаете эту неуклюжую штуку по всему городу целый день, либо полагаетесь на везение и оставляете зонт дома. Ваше решение зависит от того, думаете ли вы, что пойдет дождь. Прогноз говорит о 50%-ной вероятности дождя, и вы действительно видите облачность. Но вам известно — наличие облачности не всегда означает, что действительно пойдет дождь. Вы знаете также, что синоптики очень часто ошибаются. Как в случае с детектором дыма, вы должны сделать выбор при наличии неполной и неточной информации.

Процесс принятия решения неизбежно порождает некоторые ошибки. Мы просто не можем быть правыми в мире, где царят неточность и недостаточность информации. Но не все ошибки одинаковы. Они подразделяются на два вида, и один из них приводит к значительно более тяжелым последствиям. В случае с зонтом один из видов ошибки — это когда вы берете зонт с собой, но дождь не идет. Известная под названием *ложной тревоги,* эта ошибка похожа на срабатывание противодымного сигнализатора без возникновения пожара. Это, конечно, раздражает, но не так уж сильно. Второй вид ошибки — когда вы не берете зонт и вдруг начинается дождь. Такая ситуация называется *неудачей.* Неудачи обычно дают гораздо более плачевные результаты, чем ложные тревоги в обнаружении угроз. В истории с зонтом неудача означает, что вы вымокнете до нитки и испортите новый пиджак. В случае с детектором дыма вероятен ужасный результат — вы можете погибнуть.

Естественный отбор создает системы (к которым относится и наш мозг), допускающие искажения, призванные минимизировать плачевные ошибки.

Встроенное в наш мозг когнитивное искажение, предназначенное для избежания слишком дорогих для эволюционного процесса ошибок, известно под названием принципа детектора дыма.

Эволюционные психологи Марти Хэзелтон и Рэнди Нессе считают, что естественный отбор привел к такой организации принятия человеком оценок и решений, которая тоже носит в себе искажения данного типа. Как хороший детектор дыма, наш мозг настроен таким образом, чтобы подавать сигнал тревоги, даже когда нет пожара, заставляя нас терпеть неудобства ложных тревог во избежание возможных неудач, приводящих к летальным исходам. Поскольку эволюция выработала в нас склонность к избежанию слишком дорогих ошибок, наши решения зачастую ограничиваются мелкими ошибками.

Мы устроены таким образом, чтобы за счет небольших ошибок избегать более серьезных.

Деньги как дым

Принцип детектора дыма лежит в основе множества ошибок в принятии решений.

Например, ваше решение потратить определенные усилия на то, чтобы пристегнуться в автомобиле ремнем безопасности, направлено на противодействие последствиям возможной аварии. Это решение ошибочно в 999 случаях из тысячи. В подавляющем большинстве наших поездок мы испытываем неудобство от ремней безопасности, и это неудобство не приносит нам никакой выгоды (подобно тому, как вы таскаете громоздкий зонт в ясный день).

Однако после нескольких десятилетий, которые потребовались для того, чтобы до конца понять этот вопрос, ныне мы видим, что наиболее разумные люди с готовностью делают выбор в пользу «ошибки» с пристегиванием. В результате мы имеем значительное снижение числа погибших в автоавариях по сравнению со временами наших дедушек и бабушек, сопротивлявшихся необходимости использовать ремни безопасности. Принцип детектора дыма побуждает людей к совершению мелкой ошибки во избежание гораздо более дорогой — попадания в дорожное происшествие без пристегнутых ремней безопасности.

Взгляд на ошибки в принятии решений с точки зрения принципа детектора дыма во многом отличается от того, как обычно рассматриваются эти ошибки. Многие экономисты, например, утверждают, что люди особенно склонны к совершению ошибок, когда дело касается денег. Такие книги, как *«Умные люди , совершающие большие ошибки с деньгами»* или *«Нечестный рынок и изворотливый ум* », настоятельно проводят мысль о том, что люди являются неумными инвесторами.

В этих книгах утверждается, что одной из распространенных ошибок людей при общении с деньгами является боязнь рисковых финансовых вложений: люди в большинстве своем склонны избегать риска. Поскольку американская фондовая биржа на протяжении долгого периода обгоняет другие виды инвестиций по объемам, многие рационально мыслящие специалисты не понимают, почему в акции не вкладываются все больше людей. Если вы накопили $5 тыс. и у вас еще впереди много лет до пенсии, на вашем месте умные и рациональные экономисты могли бы вложить эти деньги в инвестиционную корзину, значительная доля которой будет состоять из рисковых акций.

Вместо этого многие делают выбор в пользу того, чтобы отнести свои деньги в банк, где они, скорее всего, принесут небольшой процент, с трудом покрывающий инфляцию. С точки зрения классических экономистов, такое решение кажется иррациональным.

Но посмотрите на это финансовое решение сквозь призму принципа детектора дыма. Выбор — что делать с вашими $5 тыс., накопленными за жизнь, — может дать две ошибки. Одна состоит в том, что вы положите деньги в банк, а фондовый рынок в это время значительно вырастет. Вместо получения заманчивого дохода от своих инвестиций, вы получите скромные 1,8% годовых по депозиту в банке. Возможно, такой выбор воспринимается как вопиющая ошибка, в которой эффект неприятия потерь выглядит особенно иррациональным.

Мы согласны с тем, что это ошибка. Но она не будет вам стоить последней рубашки и галстука (и ваших многолетних накоплений). Взгляните на другую возможность: вы вкладываете все свои деньги в акции, и рынок падает. Вы теряете накопления. Да, один из нас действительно в 2001 году перевел свои деньги, накопленные на жизнь в старости, с низкопроцентного депозита в банке в биржевые акции. Через несколько месяцев после этого решения фондовый рынок рухнул до исторического минимума, а затем его показатели снизились еще больше.

Как мы упоминали в предисловии к этой книге, тот человек, принявший это решение, сейчас стоит перед перспективой уйти на пенсию только лет в 69-70 и даже при таком исходе прожить свои золотые годы в скромном домике где-нибудь в Эквадоре.

Принцип детектора дыма настроил наш мозг на то, чтобы проявлять осторожность в ситуациях, грозящих нам потерей всех ресурсов, поскольку цена ошибки здесь может быть очень высока.

Склонность людей к неприятию потерь нередко приводит к ошибочным

решениям, но является рассчитанным когнитивным искажением, порожденным естественным отбором с целью избежания слишком больших ошибок.

Различные когнитивные искажения у разных субличностей

В каких случаях мы склонны к проявлению в наших решениях излишней осторожности, а в каких мы более раскованны? Это зависит от того, какая именно из субличностей находится в данный момент у руля и принимает решения.

Разные субличности преследуют различные эволюционные цели. Поэтому критерии оценки правильности решения для данного конкретного случая могут значительно изменяться в зависимости от того, что вы сейчас, возможно, озабочены болезнью, а не приобретением партнера или заботой о близких. Давайте посетим внутренний разум наших су б личностей, чтобы посмотреть, как он работает.

Поведенческая иммунная система: что на уме у вашей субличности, отвечающей за избежание болезней

Вспомните, когда вы чихали в последний раз. Вашему здоровью угрожала реальная опасность? Вероятно, нет. Когда мы чихаем, наш организм часто совершает ошибки, поскольку реальной угрозы для него нет. Просто какая-то пылинка, запах, частичка молотого перца вызывают ложную тревогу. Но мы физиологически устроены так, чтобы чихать при самом небольшом раздражении органов дыхания, поскольку в результате эволюционного развития наш организм думает прежде всего о безопасности, а затем уже о приличиях.

Наша иммунная система устроена таким же образом. Целая армия белых кровяных телец готова ринуться в бой, как только она ощущает, что в нашу кровь попали какие-то микроорганизмы, похожие на микробов. Но задействование в этой войне всего организма может быть весьма дорогим удовольствием, поскольку придется затрачивать значительный объем наших внутренних ресурсов. Поэтому естественный отбор наделил нас передовой линией обороны против болезнетворных микроорганизмов — тем, что эволюционный психолог Марк Шал л ер назвал поведенческой иммунной системой. Эта психологическая система состоит из набора особых ментальных и поведенческих проявлений, которыми управляет наша субличность, отвечающая за избежание болезней.

Поведенческая иммунная система представляет собой детектор по обнаружению патогенных факторов. Точно так же, как детекторы задымления чувствительны ко всему, что может напоминать дым, иммунная система чувствительна ко всему, что может ассоциироваться с болезнями. **Система запускается от зрительных образов, запахов или звуков, исходящих от людей или отдельных мест и способных сигнализировать о присутствии болезнетворных организмов поблизости.** Она включает тревогу всякий раз, когда мы видим человека с неприятными поражениями кожи на руках, ощущаем запах протухшего мяса или слышим кашель пассажира в автобусе. Когда наши чувства сообщают нам о чем-то или ком-то, что пахнет, выглядит или звучит странно или необычно, субличность, отвечающая за избежание болезней, обеспечивает соответствующие изменения в нашем поведении.

Исследование, проведенное Джошом Тайбуром и Анджелой Брайан, открыло, что при ощущении неприятных запахов люди более склонны к использованию презервативов. В этом случае имитация патогенности была абсолютно безвредна для здоровья (распыление аэрозоля из баллончика с двуокисью серы, который используется для разных приколов и создает ощущение запаха человеческих газов). Тем не менее безвредный, но неприятный запах запустил поведенческую склонность людей к защите от болезней, передаваемых половым путем.

Сфера психологии (поведенческая иммунная система) и сфера биологии (физическая иммунная система) часто рассматриваются отдельно. На самом деле эволюция свела их вместе, создав блестяще скоординированную, глубоко рациональную систему. Оказывается, активация психологической иммунной системы запускает и физическую иммунную систему человека, то есть приводит в действие резервную армию Т-лимфоцитов и других лимфоцитов, убивающих микробов. Марк Шаллер однажды провел интересный эксперимент, чтобы выяснить, как тесно две наши иммунные системы работают друг с другом. Он и его команда попросили участников посмотреть слайд-шоу, содержавшее изображения явно больных людей. Фотографии показывали больных с высыпаниями и покраснениями кожи, а также чихающих так, что их окружал ореол из брызг. Испытуемые сдавали кровь на анализ до и после просмотра слайд-шоу. Исследователи сделали посев образцов в бактериальной культуре, чтобы определить присутствие интерлейкина-6 (IL) и цитокина, который белые кровяные тельца выделяют при появлении микробов. Более высокий уровень интерлейкина-6 указывает на то, что наш организм начинает готовиться к оказанию активного сопротивления инфекции. Это сравнимо с тем, как армия нашей иммунной системы готовится к большой битве.

Измеряя размеры воспаления в пробах до и после просмотра фотографий, ученые могли установить, действительно ли вид больных людей активизировал иммунную систему к борьбе с инфекцией. И это оказалось правдой! Одно только созерцание изображений больных людей заставило белые кровяные тельца развернуть яростную атаку против бактериальной инфекции. Ученые установили даже то, что наша иммунная система, оказывается, очень избирательна по отношению к тем изображениям, которые действительно могут вызвать биологическую реакцию. Другая группа участников эксперимента просматривала фотографии людей, которые выглядели опасными. Некоторые из сфотографированных направляли оружие прямо в камеру, создавая тем самым прямую угрозу для испытуемых (такого рода изображения активизируют нашу самозащитную субличность). Хотя фотографии с изображением опасности были оценены участниками эксперимента даже как более раздражающие, чем снимки больных людей, они не вызвали ответной реакции иммунной системы. Только демонстрация проявлений болезни заставила иммунную систему сразу же активизироваться.

Снова о продовольственной помощи Замбии и генно-модифицированной жареной картошке

Поведенческая иммунная система продуцирует множество действий, чтобы предотвратить инфекцию.

Некоторые из них на первый взгляд могут показаться иррациональными и совершенно не связанными с возможной болезнью. Например, активизация субличности, отвечающей за избежание болезней, побуждает людей к большей предубежденности в отношении граждан экзотических стран, таких как Шри-Ланка и Эфиопия. Хотя сначала это представляется немного странным, такое отношение приобретает гораздо больший смысл, если вспомнить, что необычные пришельцы исторически завозили болезни, непривычные для нашей иммунной системы, поэтому мы были более уязвимыми перед ними. Большинство из известных случаев резкого снижения количества коренного населения в обеих Америках в постколумбовскую эпоху связано с их знакомством с болезнями, завезенными европейцами. Бойня на Вундед-Ни[11] была ничто по сравнению с оспой. Наша психологическая система,

[11] Бойня на ручье Вундед-Ни была последним крупным вооружённым столкновением между индейцами лакота языковой семьи сиу и армией США, и одной из последних битв Индейских войн. Бойней впервые это столкновение назвал генерал Нельсон Майлз в своём письме комиссару по делам индейцев.

29 декабря 1890 года отряд из пятисот бойцов и четырёх пушек 7-го кавалерийского полка США окружил

помогающая избежать болезней, действует с глубокой рациональностью, побуждая нас избегать таких контактов с чем-либо или кем-либо, которые могли бы потребовать более затратного с физиологической точки зрения задействования нашей физической иммунной системы.

Теперь, когда мы узнали о нашей поведенческой иммунной системе, давайте вернемся к замбийскому кризису, в ходе которого даже голодные люди отказались потреблять генно-модифицированные продукты. Когда люди думают о потреблении генно-модифицированной пищи, они часто представляют себе, как вместе с ней в организм попадает что-то неестественное, непонятное и незнакомое. Мы хотим, чтобы наши фрукты и овощи были «натуральными». Обозначение их как генно-модифицированных вызывает в памяти неестественные картинки из научной фантастики — уродливые клубни голубой картошки или красные бананы с бугорчатыми отростками.

Сотрудники агентств по гуманитарной помощи были возмущены решением президента Замбии отвергнуть помощь под предлогом того, что продовольствие было генно-модифицированным. Тем более что сами американцы к тому времени уже привыкли к каждодневному потреблению подобных продуктов. В 2000 году, незадолго до провала американской помощи Замбии, вся жареная картошка, предлагавшаяся в ресторанах «Макдоналдс» по всей Америке, готовилась из генно-модифицированного картофеля. Но оказалось, что хотя потребители любили вкус этой картофельной соломки, большинство не подозревало, что они едят генно-модифицированный продукт.

Когда американцы узнали правду о происхождении их жареной картошки, в стране разразился скандал, не слишком отличавшийся по существу от возмущения замбийцев. Американские граждане упорно отстаивали свое право есть «нормальную» картошку. И было неважно, что федеральная сельскохозяйственная инспекция нашла генно-модифицированный картофель совершенно безопасным. Ничего не изменилось и после того, как Всемирная организация здравоохранения заявила, что никогда не обнаруживала никакого вреда здоровью человека от потребления генно-модифицированных продуктов питания. Обращение к сознанию людей не дало эффекта, когда заработала их субличность, ответственная за избежание болезней. В результате протестов «Макдоналдсу» не оставалось ничего другого, как вернуться к использованию старой доброй «натуральной» картошки. Точно так же, как замбийцы отказались потреблять генно-модифицированные продукты, американцы не стали даже прикасаться к жареной картошке-мутанту.

Сексуальные детекторы: о чем думает субличность мужчины, отвечающая за поиск пары

Выше мы рассмотрели наши когнитивные искажения, унаследованные от предков и призванные обеспечить нам защиту, в частности субличность, отвечающую за избежание болезней и оберегающую нас от них. Но в великой игре естественного отбора хорошей защиты недостаточно. Эволюционный успех предполагает решение и задач избежания

лагерь индейцев народности Лакота — миннеконжу и хункпапа, приверженцев новой индейской религии, разбитый на территории резервации Пайн-Ридж. Перед полком была поставлена задача разоружить индейцев и арестовать их вождя. Вождь индейцев Большая Нога тяжело болел, остальные индейцы также были измождены зимним переходом и не собирались оказывать организованное сопротивление. Однако многие индейцы не хотели сдавать оружие, поскольку охота в это трудное время была для них единственным источником существования. Полковник Форсайт игнорировал просьбы индейцев и послал небольшой отряд солдат обыскивать их типи. Крики индейских женщин, протестовавших против обыска своих жилищ, усилили напряжение индейцев. Они начали петь песню Пляски духов и бросать в воздух комья грязи, напряжение солдат достигло предела. В какой-то момент прозвучал случайный выстрел, который спровоцировал хаотичную перестрелку.

В ходе сражения погибло 25 солдат и не менее 153 индейцев, включая мужчин, женщин и детей. По некоторым источникам число убитых индейцев достигает 300 человек.

опасностей, и задач избежания болезней (в общем, задачу наличия хорошей обороны). Но он же предусматривает и активное использование любых возможностей для приобретения друзей, обеспечения статуса и репродукции (наступательные действия). На самом деле хорошая наступательная тактика, возможно, даже более важна с эволюционной точки зрения. Если успешный в оборонительном плане человек проживет 100 лет, то его гены умрут вместе с ним, если только он не передаст некоторое их количество потомкам в ходе сексуальных мероприятий. Однако если менее успешный в обороне человек проживет хотя бы 30 лет, он имеет шанс для эволюции, если к этому времени ему все же удастся транслировать некоторое количество своих генов потомкам в результате нескольких успешных любовных попыток.

Наряду с системами обнаружения опасности и болезней, у животных есть и другие системы, позволяющие им определять наличие эволюционных возможностей. Возьмите, например, мотылька шелкопряда, который известен хорошо знающим латынь энтомологам как Bombyx mori, а древним китайцам как летающая сельскохозяйственная культура. Когда самка шелкопряда проявляет интерес к спариванию, она выпускает химическое вещество, называемое бомбикол. Эволюционный успех самца шелкопряда зависит от того, сможет ли он определить присутствие возбужденной самки. Но здесь есть одна проблема: самки испускают лишь мизерное количество этого полового феромона. Поэтому самцы в ходе эволюции превратились в исключительно чувствительных детекторов бомби-кола, способных определять наличие данного химического вещества в пропорции 1 молекула на 1 000 000 000 000 000 000 молекул воздуха (это квинтильон — на тот случай, если ваши запасы наличности обычно не требуют от вас подсчета такого большого количества нулей). Имея такую чувствительность, мотылек-самец может обнаружить присутствие самки на расстоянии около 10 км. Когда дело доходит до периода спаривания, мотыльки шелкопряда превращаются в своего рода акул, которые, как известно, могут учуять каплю крови в большом заливе и броситься в направлении жертвы.

Так же как эволюция наделила людей намеренно искаженной системой, похожей на детектор дыма, для организации обороны она создала и намеренно искаженные секс-детекторы для работы в брачный период. В отличие от пронзительного свиста сигнализатора дыма, побуждающего нас избегать смертельных ошибок, звук секс-детектора больше похож на сладкую музыку, увлекающую нас в направлении поиска возможностей для репродукции.

Мужчины, например, в своей массе характеризуются когнитивными ошибками в том, что касается оценки романтического интереса к ним со стороны женщин.

Как могут засвидетельствовать многие женщины, мужчины часто обманывают себя — каждый думает, что данная конкретная женщина проявляет к нему романтический интерес, хотя зачастую это очень далеко от правды. Стоит симпатичной женщине только посмотреть в сторону данного мужчины, как он тотчас думает: она хочет меня.

В одном из экспериментов мы попросили мужчин посмотреть несколько фотографий привлекательных женщин. Хотя выражение лиц у них было абсолютно нейтральное, мужчинам сказали, что на самом деле дамы подавляют в себе некое чувство. Участников эксперимента попросили по возможности уловить «микровыражения» в лицах женщин, которые указывали бы на истинные чувства, испытываемые ими. Перед постановкой этой задачи мужчинам показали ролик с романтической историей: очень красивая женщина влюбляется в привлекательного мужчину. После того как в испытуемых была активизирована субличность, отвечающая за поиск партнера, их типичным ответом было, что в выражениях лиц сфотографированных женщин они обнаруживают некий подавленный сексуальный интерес. И было неважно, что фотографии были отобраны таким образом, чтобы изображенные на них лица имели совершенно нейтральное и даже в некотором роде серьезное выражение. В каком-то смысле мужчины были убеждены в том, что красивые модели, представленные на фотографиях, заигрывали с ними.

Субличность, отвечающая за приобретение партнера, настроила секс-детекторы мужчин на очень высокую чувствительность. Хотя такая настройка зачастую приводит к ошибкам в оценках, с эволюционной точки зрения это просчитанные ошибки. Данное когнитивное искажение — оборотная сторона принципа детектора дыма, который работает таким образом, чтобы избежать дорогих ошибок. Вспомните, что есть два типа ошибок: неудачи и ложные тревоги. В случаях, когда мужчина переоценивает интерес женщины к себе, ложная тревога означает, что он видит сексуальную заинтересованность партнерши, когда ее нет. А вот неудача означает, что мужчине не удается уловить сексуального интереса к себе, когда на самом деле он присутствует. Для эволюции цена того, что мужчина пропускает возможность сексуального контакта (неудача), гораздо выше цены того, что он иногда теряет время, добиваясь внимания женщины, которая им не интересуется (ложная тревога). Поскольку обычный мужчина имеет не так уж много возможностей для нахождения пары, особенно важно, чтобы ни одна из этих возможностей не оказалась потерянной.

Естественный отбор организовал работу субличности мужчины, отвечающей за поиск партнера, таким образом, что представители сильного пола обычно переоценивают интерес женщин к себе. Такая переоценка часто приводит к тому, что мужчины выглядят как сбитые с толку глупцы. Но успех эволюции в области контактов мужчины и женщины — это игра множества. Чем больше вы ищете, тем больше партнерш вы, скорее всего, найдете. На самом деле, как показывают исследования, если студент университета средней наружности подходит к явно одинокой студентке и приглашает ее на свидание, то он имеет шансы на успех в 50% случаев. Конечно, парень, думающий, что девушка заинтересовалась им, скорее пригласит ее на свидание, чем такой же парень, не уверенный в интересе девушки к себе. Последний, по-видимому, скромно удалится, не использовав, таким образом, солидный шанс того, что девушка согласилась бы. Если вы мужчина, то вы можете никогда не добиться свидания с девушкой, если время от времени вы не будете проявлять определенную простоватость.

Напротив,

> **женщины обычно не демонстрируют когнитивного искажения, заключающегося в переоценке собственной сексуальности.**

Обычно они проявляют разумный скепсис в том, что касается мужчин, хотя, как вы увидите ниже, и не всегда.

Иллюзия плохого мачо: о чем думает субличность женщины, отвечающая за поиск партнера

Многие женщины считают, что хороший партнер в любви — это кто-то, кто является надежным, на кого можно положиться и кто в дальнейшем станет хорошим отцом. В то же время сердца этих женщин разбиваются, в то время как они стараются добиться харизматического, сексуального, авантюристичного и безнадежно ненадежного мужчины. Вспомните щеголя Дона Дрэйпера в «Сумасшедших людях»[12] или Кристиана Грэя в «Пятидесяти оттенках серого»[13]. Если пособия для мужчин-холостяков рассказывают им о том, как стать опасным нехорошим парнем, неотразимым для женщин, то такие же пособия для женщин советуют им держаться подальше от сексуальных красавчиков, как огня боящихся каких-либо обязательств, и вместо них выбирать надежного «ничего себе парня».

---

[12] Американская кинокомедия 1990 года. — *Примеч. пер.*

[13] Произведение британской писательницы Э. Л. Джеймс, написанное в 2011 году. — *Примеч. пер.*

Однако, несмотря на постоянные предупреждения и многочисленные сердечные травмы, некоторые женщины все-таки ищут для себя плохих парней.

Ранее мы описывали поведение женщин во время шопинга и особое мастерство в экзотических танцах, которые подсознательно управлялись их овуляционным периодом, заставляющим подбирать сексапильные наряды и действовать в соблазняющем стиле.

Овуляция является своеобразным гормональным спусковым крючком, который запускает ту женскую субличность, отвечающую за поиск пары. И в течение нескольких дней овуляционной фазы, когда женщины наиболее расположены к зачатию, их подсознательно начинает тянуть к персонажам типа Джорджа Клуни или Джеймса Бонда — мужчинам чарующим, физически привлекательным, мужественным и авантюрно настроенным.

Хотя с первого взгляда понятно, что такие мужчины являются откровенными плейбоями, некоторые женщины убеждают себя в том, что они сумеют приручить этих донжуанов и превратить их в хороших мужей. Эволюционные психологи утверждают: естественный отбор повлиял на то, что женщины в периоде овуляции тянутся к этим красивым образцам, так как хорошее сложение, мужественность и социальное доминирование являются биологическими метками высокого качества генов таких мужчин.

Внешность красивого и мужественного Джорджа Клуни является сигналом того, что он носит в себе гены, которые дадут жизнь более здоровым, сильным и сексуальным потомкам (они будут хороши как в обороне, так и в наступлении). Но поскольку на таких представителей сильного пола бросается много других женщин, они часто имеют проблемы с обязательствами, превращаясь в совсем не идеальных партнеров для постоянных отношений.

Большинство женщин заинтересовано в долговременных отношениях, а не в интрижке на одну ночь.

Так почему же они желают связи как раз с теми мужчинами, которые склонны к вранью и лжи и которые все равно оставят их ради другой, первой подвернувшейся под руку?

Оказывается, овуляция искажает женское восприятие плохих парней. В одном эксперименте две студентки, одна из которых находилась в фазе овуляции, а другая — нет, были представлены двум разным мужчинам. Девушки познакомились с парнями во время видеоконференции. Один из молодых людей (на самом деле актер) убедительно играл роль добропорядочного отца: милого, заботливого, вполне симпатичного и желавшего только одного — долговременных отношений и семью. Однако, несмотря на наличие столь положительных качеств, этот мужчина был в то же время застенчив, скучен и неуверен в себе. Второй мужчина (тоже опытный актер) был более интригующим — сексуальный плохой парень с атлетическим телосложением и магнетической харизмой. Он знал, как подойти к делу и доставить женщине удовольствие, но постоянно выбрасывал красные флажки, показывающие, что он ненадежен и положиться на него нельзя.

После того как девушка, находившаяся в фазе овуляции, и ее подруга, которая в этой стадии не находилась, провели некоторое время с мужчинами, они дали оценку обоим холостякам. Когда они характеризовали «добропорядочного отца», овуляция на их оценки никак не влияла. Они обе посчитали, что он весьма милый человек, но не представляет собой ничего особенного. Однако при оценке сексуального красавчика девушка, находившаяся в стадии овуляции, была полна иллюзий. Вообще, женщины под влиянием своих половых гормонов склонны верить тому, что мужественные сексуальные красавцы могли бы стать их надежными партнерами в стабильных отношениях, а в дальнейшем волшебным образом превратиться в образцовых мужей и отцов.

Эти мысли в чем-то похожи на счастливый финал почти каждого женского любовного романа. Когда женщины испытывают гормональный всплеск в период овуляции, они убеждают себя в том, что мужчина типа Джеймса Бонда будет не только менять подгузники,

готовить и счастливо купать малыша в ванночке, но и возьмет на себя *больше половины забот о подрастающем поколении.* Глядя на этих мачо сквозь очки овуляции, они часто принимают мистера Плохого за мистера Хорошего.

Исследования показывают, что выделяемые в процессе овуляции гормоны приводят в действие женские секс-детекторы. Женщины скорее склонны не сомневаться в намерениях плохих парней и идут в наступление, неразумно позволяя себе верить в то, что способны превратить сексуальных мачо в хороших мужей и отцов.

Поскольку естественный отбор устроил женский ум таким образом, что он ищет пути получения женщиной качественных мужских генов, иллюзии периода овуляции могут послужить дополнительным толчком к поиску женщинами сексуальных контактов с мужчинами, такими генами располагающими, Иногда удачливой женщине удается побудить мужчину такого плейбойского типа к спокойной семейной жизни: ведь даже суперзвезду Брэда Питта убедили стать преданным мужем и отцом. Судя по всему, овуляция вселяет в женщин иллюзию, что каждая из них может стать «той самой».

Причины для оптимизма: о чем думает ваша статусная субличность

Мы уже говорили, как Стив Джобс вошел в партнерские отношения со своим другом Стивом Возняком, чтобы создать «Эппл». Многие считают Джобса одним из самых блестящих фантазеров нынешней эры. В то же время мало кто может сказать о нем, что он правильно понимал окружающую реальность. Джобс был известен как человек, исключительно уверенный в своих идеях. Он был настолько в них убежден, что некоторые близкие к нему люди считали, что его восприятие объективного мира деформировано «полем искаженной реальности». И это происходило не из-за его гипертрофированного ощущения собственного Я, которое зачастую соседствует с успехом. Будучи провалившимся студентом-неудачником, бросившим университет в конце 1970-х годов, он в 23 года имел наглость приходить на корпоративные встречи без носков и с сильным запахом пота. Для него было неважно, что в ходе этих встреч он пытался убедить инвесторов вложить в его дело миллионы долларов. Джобс упорно приходил на встречи раз в неделю, отказываясь пользоваться дезодорантом, поскольку считал, что никакие дезодоранты не нужны при его яблочной диете. Возглавляя еще неоперившуюся компанию без доказавшего свою состоятельность продукта, Джобс был абсолютно уверен в гениальности своих идей и считал, что его потенциальные инвесторы не обращают внимания на то, что он выглядел и благоухал, как бродяга.

Склонность Джобса к чрезмерной самоуверенности разделяет удивительно большое число людей. Когда мужчин просят оценить их физические возможности, 100% считают себя находящимися в группе верхних 50%. Каждый студент первого года обучения по программе «магистр делового администрирования» (MBA) в Высшей школе экономики Чикагского университета надеется на первом же курсе получить оценки выше средних, хотя известно, что до этого не дотянет и половина обучающихся. Психологи называют это *эффектом сверхуверенности* , и никто не спорит, что с математической точки зрения это иррационально. Просто невозможно, чтобы каждый был лучше среднего человека. Однако хотя это когнитивное искажение часто выставляет нас глупыми и иррациональными, оно может оказаться очень даже уместным в том, что касается использования возможностей для обретения статуса.

Политолог Доминик Джонсон находит доказательства того, что уверенность, и особенно сверхуверенность, может быть когнитивным искажением, возникшим как результат эволюционной приспособляемости. Уверенность является важной составляющей частью хороших результатов в работе, спорте и бизнесе. Некоторые полагают, что уверенность делает людей ленивыми и безответственными, но на самом деле правда состоит в обратном. Уверенность повышает амбициозность, решительность и настойчивость. Уверенные люди с большей вероятностью сохранят оптимизм и продолжат свои усилия даже

перед лицом неопределенности. Например, сверхуверенные в себе страховые агенты, которые считают отдельные неудачи всего лишь случайностями и не видят в них признаков своей некомпетентности, имеют больше шансов сохранить работу и в конце концов продать больше страховых полисов.

Используя сложные математические формулы, Джонсон и его коллега Джеймс Фаулер определили, что

> **сверхуверенность на самом деле увеличивает эволюционную приспособляемость человека в конкуренции за ресурсы.**

Это царство статусной субличности, которая особенно склонна к проявлению сверхуверенности.

> **Уверенность увеличивает приспособляемость, потому что это качество в большей степени побуждает людей к эффективному использованию открывающихся возможностей, а не к сидению на месте и пропусканию мимо себя всего происходящего.**

Разумеется, слишком большая уверенность может привести к небрежностям в восприятии и даже иногда к трагическим решениям (на сверхуверенность возлагали вину за возникновение Первой мировой войны, вьетнамской войны и войны в Ираке, а также за недостаточную готовность ко многим стихийным бедствиям). Однако уверенность в возможности победить побуждает нас к тому, чтобы осуществить такой сильный удар бейсбольной битой, который послал бы мяч через все поле и позволил игроку осуществить перебежку по всем базам и принести команде очко, а не стоять на поле в надежде на что-то хорошее или вообще сидеть на скамейке запасных. Уверенность тесно связана с продвижением по служебной лестнице. Людей, на которых смотрят как на уверенных в себе, чаще оценивают как компетентных. А ведь как показывают исследования, при выборе руководителей высшие должности обычно достаются компетентным людям, независимо от того, насколько это соответствует действительности.

Наиболее успешные лидеры в различных отраслях имеют общую черту — сверхуверенность. Такие люди, как Джеймс Кэмерон, создатель *«Титаника»* и *«Аватара* », очень уверены и даже сверхуверены в себе, по оценкам работавших с ними специалистов. Производство кэмероновского фильма «Титаник» настолько превысило бюджет, что продюсеры киностудии перестали оплачивать счета и потребовали от режиссера, чтобы он подчинился их пожеланиям. Но вместо учета их требований Кэмерон просто отказался от переговоров с ними. Он использовал собственные деньги, чтобы оплатить расходы на создание картины, которые составили потрясающую сумму в $270 млн — больше, чем стоила какая-либо другая картина до этого. В конечном счете уверенность Кэмерона себя оправдала. Картина собрала по всему миру $2,1 млрд, став самым кассовым фильмом всех времен. Этот результат был превзойден только снятой Кэмероном же картиной *«Аватар»,* которая принесла $2,7 млрд.

Несмотря на свой небрежный вид и отвратительный запах тела, Джобс тоже добился немалого. Он был настолько уверен в своих идеях, что не видел никаких причин, чтобы уступать своему характеру. Джобс убедил Рона Уэйна, инженера проекта «Атари», стать третьим партнером наряду с ним и Стивом Возняком в создаваемой компании «Эппл». Однако когда Уэйн посмотрел на то, с какой самоуверенностью Джобс собирает деньги на открытие дела, он дрогнул и продал свою долю акций партнерам за $800. Последовательная сверхуверенность Джобса принесла свои плоды, и «Эппл» стала самой дорогой компанией в мировой истории. Если бы Рон Уэйн разделял с Джобсом его уверенность, его тогдашние инвестиции в сумме $800 стоили бы $2,6 млрд в 2010 году.

Рожденный с когнитивными искажениями

«Искажение» часто воспринимается как слово с негативным оттенком. Нас учат тому, что мы должны избегать искажений и быть точными, рациональными и умными. Однако реальность свидетельствует, что наш мозг эволюционировал таким образом, чтобы порождать искажения, совершать определенные предсказуемые ошибки и принимать иррациональные решения. Мы постоянно обнаруживаем, что

наши действия, которые кажутся глупыми и полными иллюзий на традиционный взгляд, оказываются умными с точки зрения обеспечения преимуществ в эволюционном развитии.

Осознаем мы это или нет, но наш мозг создан, чтобы предпринимать все необходимое для обслуживания задач непрерывной эволюции. Когда дело касается опасности или болезней, мозг человека настраивается на сверхчувствительность по отношению к неизвестным чужакам, а также запахам и вообще виду болезни. Иногда это порождает паранойю или ипохондрию, но предупреждает другую альтернативу: проявление наивной невнимательности по отношению к людям, которые могут нас избить, или к тому, что мы вдохнем смертоносные вирусы. Точно так же в ситуациях, когда командует субличность, отвечающая за поиск партнера, в мозгу мужчины возникают когнитивные искажения, делающие его суперчувствительным к самым отдаленным признакам женского внимания. А когда субличность, отвечающую за поиск пары, запускает в действие овуляционный цикл женщины, в ее мозгу тоже возникают ментальные искажения: она думает, что ее большой красивый Лотарио в конце концов останется с ней. Представители обоих полов иногда выглядят до смешного глупыми, но если бы они всегда придерживались норм статистики, мы остались бы безбрачными. Несколько видоизменяя наше представление о реальности, наш мозг лучше справляется со своей работой — сохранением нас в живых, воспроизведением и решением вечных задач эволюции.

Подумайте о том, что может представлять собой величайшее заблуждение из всех возможных. Например, в Америке 50% всех браков заканчиваются разводами. Однако при вступлении в брак 86% людей верят, что их союз продлится вечно (получается, что на 1000 молодоженов по меньшей мере из 360 разводящихся впоследствии 500 в свое время высказали излишне самоуверенный прогноз). Эти люди могут выглядеть смешными и иррациональными, но без великой иллюзии они никогда не вступили бы в брак. Здесь как раз и просматриваются следы того, что эволюционные факторы управляют нашими эмоциями из-за кулис человеческого сознания. Обычно вступившие в брак люди склонны к тому, чтобы быстро заводить детей, производя на свет нескольких потомков в течение первых лет после того, как они сказали друг другу: «Согласен» («Согласна»). Это означает, что любые иллюзии, приводящие людей к браку, представляют собой когнитивные искажения, увеличивающие шансы наших генов на воспроизведение в потомстве. Поэтому можно утверждать, что любовь действительно делает людей иррациональными в смысле точности их оценок, но основа ее глубоко рациональна.

Каждая из наших субличностей продуцирует когнитивные искажения, которые иногда порождают ошибки (такие как игнорирование статистических данных о браках и разводах при обмене кольцами), но те же отклонения часто позволяют нам избегать серьезных эволюционных просчетов (например, неспособности репродуцировать свои гены).

Означает ли это, что спрятанные глубоко в нас ментальные отклонения всегда приводят к правильным решениям? Нет. На самом деле иногда они создают серьезные проблемы, поскольку, будучи хорошо приспособленными к условиям существования наших предков, эти искажения зачастую оказываются несоответствующими современному миру, состоящему из незнакомых людей, небоскребов и академических оценочных тестов при поступлении в

университет.

Далее мы рассмотрим вопрос о том, как более глубокое понимание этого несоответствия может существенно улучшить наши решения. Мы начнем с исследования интересной проблемы: почему необразованные представители племен из далеких джунглей Амазонии легко решают логические задачи, которые порой ставят в тупик продвинутых студентов Гарварда?

Глава 5. Современный пещерный человек

Глубоко в тропических лесах Амазонки, на берегах изменчивых русел рек, между Эквадором и Перу, живет племя шивиар. Запрятавшись в самую середину неведомого, члены племени почти не поддерживают контактов с чужаками, а их образ жизни во многих отношениях напоминает наше эволюционное прошлое. Они собирают орехи и фрукты, ловят пиками рыбу и охотятся на различных диких животных от броненосцев до птиц туканов, часто поражая жертвы стрелами из духовых трубок.

Шивиары очень настороженны по отношению к посторонним и общаются практически только с близкими родственниками. Их ежедневная жизнь состоит из небольшого количества разговоров между собой, раскрашивания лиц в колдовских обрядах и предполагает постоянное присутствие рядом опасностей и болезней.

Укусы ядовитых змей и насекомых составляют каждодневную угрозу, равно как малярия и другие инфекционные заболевания. А если паразиты не берут верх над людьми этого племени, то их головы может поразить ягуар — местный хищник, известный тем, что он прокусывает жертве череп, чтобы нанести смертельную рану прямо в мозг.

Антрополог Ларри Сугияма, изучающий племя шивиар, занимается помимо прочего также человеческим логическим мышлением и когнитивными проблемами.

Он любит ставить перед людьми запутанные логические задачи, определяя, кто из испытуемых достаточно сообразителен, чтобы дать правильные ответы. Сугияма только что закончил серию экспериментов со студентами Гарварда и задался вопросом: а как с поставленными умственными задачами справились бы представители племени шивиар?

«Трудно себе представить более непохожие категории людей, чем жители деревень племени шивиар и студенты Гарварда», — говорит Сугияма. «Гарвардцы, отобранные в университет благодаря их выдающимся головам, возможно, лучшим в мире, прошли 12-летний период обучения в западной системе образования и приобрели большой объем знаний, накопленных человечеством. Напротив, члены племени шивиар неграмотны и не имеют возможности учиться вообще. Если ребята из Гарварда выросли на головоломках Эйнштейна для детей, с малых лет тренируя ими мозг, то детям племени давали в руки мачете и посылали в джунгли, чтобы они принесли домой пищу». С учетом такого большого разрыва в образовании вряд ли можно считать справедливым сравнивание людей из племени шивиар со студентами Гарварда в логических тестах.

Но насколько в реальности велик интеллектуальный разрыв между людьми из общества, похожего на общество первобытных людей, и теми, кто живет в ультрасложном современном мире?

Когда Сугияма провел логические тесты в Амазонии, он открыл нечто поразительное. Шивиары решали трудные задачи. Они не только не уступали в этом подающим надежды талантливым парням, о которых рассказывается на страницах ежедневной университетской газеты «Гарвард Кримзон»[14], но на самом деле в чем-то даже превосходили их. Как же могло получиться так, что безграмотные жители джунглей превзошли в логическом

---

[14] Ежедневная газета, выходящая в издательстве Гарвардского университета с 1873 года, содержит много информации об учебной и научной жизни Гарварда, его студентах и преподавателях. — *Примеч. пер.*

мышлении студентов одного из самых престижных высших учебных заведений мира?

Чтобы разгадать эту загадку, мы сначала должны узнать больше о древней природе человеческого разума. В этой части нашего путешествия мы пройдемся по эволюционному прошлому человека, исследуя удивительные аспекты идеи о том, что наши современные черепа содержат мозг наших предков из каменной эры. На самом деле в настоящее время появляется все больше свидетельств тому, что все мы являемся современными пещерными людьми и решаем проблемы сегодняшнего мира с использованием мозга, который развивался, чтобы справляться с проблемами наших праотцов.

Стремясь лучше понять, как работает разум, переданный нам предками, такие исследователи, как Сугияма, установили, что многие из наших широко обсуждаемых недостатков в принятии решений являются в большей степени ошибками тестов и составляющих их людей, чем объектов тестирования. Применяя видение нашего эволюционного прошлого, Сугияма и его коллеги нашли, что

> **небольшие изменения в сложных вопросах могут мгновенно превратить людей, подвергающихся тестированию, из кажущихся недалекими глупцов в глубоко рациональных мудрецов.**

Мозг, недостаточно мыслящий логически

Если только вы не решили пропустить первую половину этой книги, чтобы прочитать, как неграмотные жители джунглей превосходят студентов Гарварда, к данному моменту вы должны были понять главную мысль наших утверждений: многие из иррациональных (на первый взгляд) когнитивных искажений в суждениях и оценках при более близком рассмотрении оказываются вполне разумными.

Представляющиеся иррациональными ментальные искажения типа неприятия потерь, сверхуверенности или переоценки мужчинами сексуального интереса к ним со стороны женщин, при рассмотрении сквозь призму эволюции выглядят как более рациональные. В целом все эти когнитивные искажения продуцировали мудрый выбор, которые делали наши предки.

Но не все ошибки содержат в себе глубинный смысл. Иногда ошибка остается просто ошибкой — и многие человеческие промахи дают трагические результаты.

В Соединенных Штатах более 60 тыс. людей умирают ежегодно от врачебных ошибок. В списке причин смерти людей эта причина стоит на шестом месте. Они с большей вероятностью приводят к летальным исходам, чем болезнь Альцгеймера, рак груди, самоубийства или убийства. Это не те маленькие ошибки, которые помогают нам избежать больших просчетов. Такие ошибки сами по себе очень серьезные и уносят тысячи жизней каждый месяц.

> **Исследования показывают, что люди больше всего склонны к ошибкам, когда сталкиваются с задачами, для решения которых требуется немного логики и математических вычислений.**

Посмотрите на классическую *«проблему Линды* », которая была разработана пионерами поведенческой экономики Даниэлем Канеманом и Амосом Тверски:

> Линде 31 год, она не замужем, весьма открыта по характеру и очень умна.
>
> Она специализировалась по курсу философии. Будучи студенткой, Линда принимала близко к сердцу проблемы дискриминации и социальной справедливости и участвовала в демонстрациях против атомного оружия.
>
> Что более вероятно?
>
> А. Линда является операционисткой в банке.

Б. Линда является операционисткой в банке и активно участвует в феминистском движении.

Правильный ответ — А. Лучший вывод — предположить, что Линда работает простой операционисткой. Однако Канеман и Тверски обнаружили, что почти 90% людей дают неправильный ответ Б. Большинство считает, что Линда, скорее всего, не только операционистка в банке, но еще и активная феминистка.

Этот ответ — неверный, потому что вероятность того, что два события будут иметь место одновременно, ниже вероятности того, что каждое из них произойдет само по себе.

Взгляните на рис. 5.1. Даже если есть малая вероятность того, что женщина типа Линды может быть банковской операционисткой, мы уже знаем, что она является операционисткой в банке: и вариант А, и вариант Б утверждают, что она работает в банке.

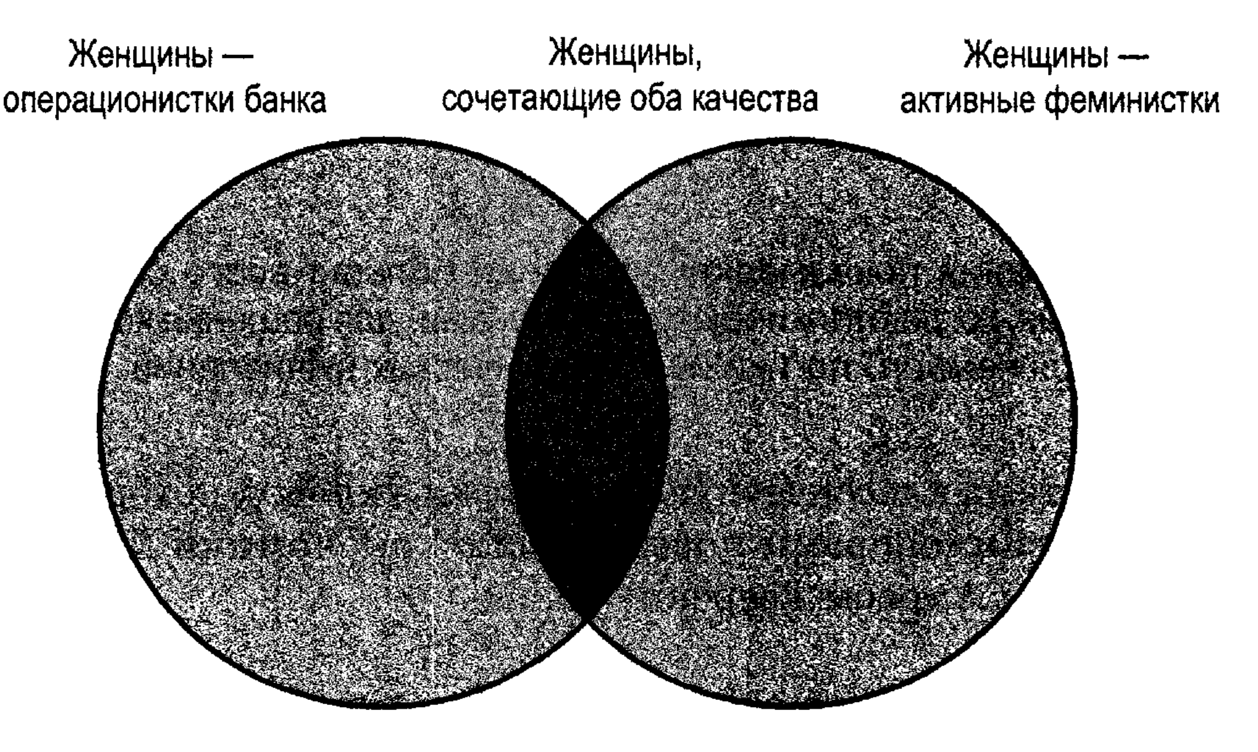


Рис. 5.1. Графическое изображение «проблемы Линды»

Таким образом, вероятность того, что она располагается где-то в левом круге, выше (там все — операционистки), чем вероятность того, что она одновременно и операционистка, и феминистка, и находится в небольшой зоне, где два круга перекрывают друг друга.

Выражаясь математически, можно сказать, что, в принципе, женщин, которые являются одновременно и операционистками, и феминистками, меньше, чем женщин, являющихся просто операционистками. Поэтому вы будете неправы, если выберете вариант Б.

Поведенческие психологи и физиологи знают, что людей ставят в тупик различные вопросы, не являющиеся такими уж трудными (вам не нужно знать тригонометрию, интегральное исчисление, линейную алгебру и дифференциальные уравнения, чтобы решить «проблему Линды»).

Однако сотни исследований показывают, что человеческий разум имеет свои ограничения. Обычно это объясняется тем, что в общем люди проявляют неспособность к решениям там, где дело касается математики, логики и логического обоснования.

В этом смысле путь исправления недостатков лежит через более интенсивное обучение в указанных областях. Если бы люди получали больше знаний и практики — утверждают сторонники этого тезиса, — то они, конечно, приходили бы к лучшим результатам в тестах.

Но в объяснении слабых показателей людей при решении задач есть проблема. Оказывается, даже очень умные выпускники Гарварда, Йеля и Принстона часто делают те же

ошибки.

Несмотря на долгие годы систематического обучения, которое включает курсы математики, логики и логических рассуждений, большинство людей испытывают трудности в решении задач типа «проблемы Линды». Что же тогда говорить о тех 60 тыс. смертей, которые случаются каждый год из-за медицинских ошибок? Эти ошибки совершаются экспертами, которые имеют университетские дипломы и многолетнюю подготовку в области принятия решений, связанных с жизнью и смертью людей.

Наши ошибки происходят не столько от недостатка умственных способностей, сколько из-за того, каким образом ставятся перед нами вопросы.

Разговор versus письмо

Некоторые вещи в жизни весьма просты. Посмотрите на то, как дети учатся говорить. Большинство из них способны разговаривать к двум годам. К трем средний ребенок знает сотни слов и часто может использовать новое слово, услышав его только один раз. К четырем годам дети и из Кембриджа, и из Камбоджи уже мастерски общаются, ясно выражаясь о том, какие игрушки они любят, какую еду ненавидят и с кем из родителей им больше нравится проводить время.

Кажется, что способность детей говорить не зависит от того, сколько внимания уделяют им родители. Некоторые взрослые постоянно разговаривают со своими малышами с самого их рождения. Другие считают произнесение длинных монологов перед пока не умеющими говорить детьми пустой тратой времени. Вообще, это неважно.

С того момента, как дети слышат речь, они начинают учиться говорить. Стоит вам только включить «Улицу Сезам» и дать малышам послушать Элмо, Большую птицу, Кермита, Мисс Пигги и Оскара Брюзгу или пустить их ползать по кухне, где они будут слышать разговоры родителей, дедушек и бабушек, и дети сами по себе в конце концов заговорят. Если бы только все в жизни было так легко, как научиться говорить.

Другие вещи в жизни представляют большую сложность, как, например, освоение письменной речи по сравнению с устной. Чтение и написание (с помощью ручки, клавиатуры компьютера или мобильного телефона) трудны.

Вы можете дать своей дочке сколько угодно мелков и книжек «Улица Сезам», но сама по себе она не сможет начать выражать свои мысли в понятной письменной форме. Без долгих лет обучения родителями или педагогом — без привития ребенку навыков трансформации звуков в буквы, сложения букв в слова и понимания пунктуации для выделения фраз и ударений — вероятность того, что ребенок сам напишет понятное предложение, практически равна нулю. Чтение и письмо сегодня настолько сложны, что современная педагогика тратит многие годы на привитие и развитие этих навыков. Мы упражняемся и запоминаем, снова упражняемся и снова запоминаем.

Тем не менее, несмотря на долгие годы тренировок, те же самые дети, которые умеют правильно говорить (может, даже являются в душе поэтами), испытывают трудности в общении в тех случаях, когда их просят изложить мысли письменно.

Многие люди в мире вообще не учатся писать, включая и членов племени шивиар, живущих в джунглях Амазонии. И даже среди образованных жителей крупных городов, которых учат письму длительное время, большинство не ощущает полного комфорта при общении посредством этого вида коммуникации. Будучи университетскими профессорами, мы постоянно слышим жалобы на то, как плохо наши студенты пишут, а ведь их интенсивно учили этому в школе на протяжении более 12 лет!

Почему же научиться говорить так легко, а писать — так сложно? Ответ можно найти в истории эволюции. Наши предки общались с помощью устной речи в течение сотен тысяч

лет. Умение говорить давало такое преимущество людям, что в процессе отбора побеждали лучшие мастера этого жанра. Разговаривать — это все равно что ходить. Мы не учимся ходить на специальных уроках — мы просто ходим. А вот с письмом ситуация другая.

Письменное слово — новое эволюционное достижение. С точки зрения истории существования гоминидов, насчитывающей около 2 млн лет, письмо мы используем непродолжительное время. И на протяжении последних тысячелетий письмо в своей жизни применяла лишь очень небольшая прослойка специально отобранных и обученных людей.

Даже в настоящее время на нашей планете люди в основной массе неграмотны. Они умеют говорить, но не умеют читать или писать. Если говорить — это то же самое, что ходить, то писать — это сродни балету. Если вы купите своей дочери пару балетных пуантов, маловероятно, что она сразу же сама станет делать тройные пируэты. И для вас будет большой удачей, если она сможет неуклюже подпрыгнуть и не упадет. Если же вы хотите чего-то, хотя бы отдаленно напоминающего *«Лебединое озеро»,* вам нужно отдать ее на многолетнее обучение в балетную школу.

Многие вещи — эволюционно древние и простые — похожи на умение говорить. Нам не нужно напрягаться, чтобы научиться видеть, дышать, есть или бегать. Но ряд вещей в современном мире похожи на письмо — они эволюционно молоды и достаточно трудны. Это, например, навыки чтения, письма, игры на скрипке, умение делать нейрохирургические операции и знания в области ракетной техники. И когда дело касается ошибок в принятии решений, многие из них имеют корни в том, на что мы обычно тратим более дюжины лет жизни и тысячи часов упорных занятий, — в математике.

Почему Джонни не знает математики?

Представьте, что вы женщина в кабинете гинеколога. Ваш врач предлагает сделать маммограмму груди, ваши худшие опасения подтверждаются: результат положительный. Но вы слышали, что подобные исследования не всегда точны, поэтому вы спрашиваете врача: «Означает ли это, что у меня действительно рак груди? Какова вероятность этого?»

Разумеется, есть огромная разница между тем, составляет ли вероятность наличия у вас рака 1% или 90%. Многие полагают, что врач всегда знает точный ответ. Но не следует быть в этом столь уверенными. В недавнем эксперименте 160 уважаемым врачам предоставили статистические данные, необходимые для расчета вероятности наличия рака у женщины с позитивным результатом теста. Здесь все, что вам нужно знать.

✔ Вероятность того, что у женщины действительно рак, составляет 1%.

✔ Если у женщины есть рак, то вероятность того, что это покажет тест, составляет 90%.

✔ Если у женщины нет рака, то вероятность того, что результаты теста все же будут положительными, составляет 9%.

Если женщина имеет положительный результат, какова вероятность того, что у нее действительно рак?

Правильный ответ — примерно 10%. С учетом изложенного выше, если анализы на злокачественную опухоль положительные, то существует примерно 10%-ная вероятность того, что она действительно больна раком. (Если посчитать математически, то получается, что у девяти из 100 женщин, у которых нет рака, окажутся ложноположительные результаты теста и меньше чем одна из тысячи будет действительно больна. Таким образом, всего одна из десяти женщин, чьи анализы были положительными, или 10%, действительно имеет рак.)

Но из тех врачей, перед которыми поставили эти вопросы, только 21% дали правильный ответ. Хотя это уже достаточно тревожный результат, ситуация оказалась намного хуже. Все врачи были гинекологами. Эти люди на практике проводили исследование — маммографию. Они могли бы просто вспомнить то, что должны были знать относительно ложных положительных результатов, но не сделали этого. Еще большую озабоченность вызывает разброс в ответах. Более половины врачей сказали, что вероятность

наличия рака составляет 90%! А каждый пятый доктор был убежден, что вероятность — всего 1%! Но есть и еще кое-что. Подразумевалось четыре варианта ответов на вопрос: 90%, 81%, 10% и 1%. Это означает, что даже обезьяны показали бы лучшие результаты, отвечая на поставленный вопрос, потому что при случайном угадывании ответа обезьяны были бы правы в 25%, а врачи дали правильный ответ только в 21% случаев.

Литература по суждениям и процессу принятия решений буквально переполнена такого рода шокирующими исследованиями. Есть большой соблазн представить такие открытия в качестве доказательства неразвитости человечества и отсутствия у него способностей. Действительно, ошибки случаются — и их совершают люди, которые должны были бы принимать более правильные решения. Но прежде чем обвинять человечество во всех грехах, давайте отступим на шаг и еще раз взглянем на ситуацию.

Люди, совершающие эти ошибки, — врачи. Они получили полное образование, включая очное обучение в университете, и учились от пяти до 30 лет. И это не простое образование. Вы должны быть очень сообразительным и высокомотивированным, чтобы хотя бы попасть в медицинский университет, не говоря уже о том, чтобы сдать все экзамены и окончить его. Вряд ли имеет смысл относить эту группу людей к числу неумных.

С точки зрения эволюционного психолога, невероятно, чтобы мозг развивался с целью стать неэффективным.

Вместо этого проблема может заключаться не в тех, кто проходит тестирование, а в тех, кто составляет тесты. Задача с раком груди ставит перед нами вопрос на такой частоте, которую наш мозг не воспринимает. Поэтому для нас очень важно правильно настроить антенну.

Общение на нашей обычной частоте

В современном мире нас буквально захлестывает волнами выраженной в цифрах статистической информации. Если вы достаточно долго изучали математику, то должны понимать, что вероятность 0,07 — это то же самое, что показатель правдоподобия 7%. Но многие из нас все еще изумленно поднимают брови и прищуривают глаза, переваривая утверждение о вероятности 0,07.

Вероятность и функциональное правдоподобие — это обычные методы представления статистической информации, но с точки зрения эволюции они являются достаточно новыми изобретениями. Математические вероятности были открыты в Европе в середине 1600-х годов. И благодаря этому ренессансу статистики мы имеем сегодня прекрасный способ представлять цифры — он настолько хорош, что иногда обыгрывает нас самих.

Герд Гигерензер, специалист по принятию решений из берлинского Института Макса Планка, не относится к числу горячих поклонников математических вероятностей или оценок правдоподобия. Он уже давно понял, что пытаться понять вероятности и правдоподобия — это то же самое, что сравнивать эволюционные коэффициенты письменной и устной речи. Это неестественный и трудный вариант чего-то такого, что относительно просто в другом формате. Статистические данные, представленные в виде вероятностей, могут создать много проблем. Даже хорошие писатели имеют проблемы с орфографией в словах «интеллигенция», «смущенный» и «грамматика». Точно так же и хорошие врачи могут иметь проблемы с определением правдоподобия того, что у вас рак груди, если результат теста оказывается положительным.

Вместо того чтобы получать информацию в виде условных вероятностей или оценок правдоподобия, люди, как указывает Гигерензер, гораздо легче воспринимают ту же информацию, если она представлена в формате естественной частотности.

«Естественная частотность представляет собой способ, которым наши предки кодировали информацию», — поясняет Гигерензер. Если вероятности — это письмо, то естественная частотность — это речь.

Давайте проплывем на лодке вверх по течению в деревню племени шивиар. Представьте, что старейшина деревни пытается определить, стоит ли сегодня охотиться в близлежащем красном каньоне.

Для людей из племени шивиар, как и для большинства наших предков, единственной доступной информацией, необходимой для совершения подобного рода расчетов, были их собственные наблюдения и сведения, сообщенные им самыми близкими людьми. Когда старейшина размышляет, правильно ли будет идти охотиться в красный каньон, он может принять во внимание то, что случилось за последние 20 раз охоты там.

Старейшина видит естественную частотность — пять из последних 20 охот в красном каньоне были удачными. Он не мыслит категориями вероятностей. Не размышляли подобным образом и наши предки, которые не видели вероятностей в окружающем их мире. В результате наш мозг не думает категориями вероятности («0,25 вероятности успеха»), а оперирует категориями естественной частотности («пять попыток из 20 были удачными»).

Годы систематического штудирования математики научили нас тому, что два этих статистических выражения — одно и то же. Но годы обучения нас письму не сделали ненужными компьютерные программы проверки орфографии.

Гигерензер установил значительное улучшение результатов тестов и у новичков, и у подготовленных людей в тех случаях, когда вопросы ставятся не в категориях вероятностей, а в категориях естественной частотности. Возьмите, например, сформулированный в категориях вероятностей вопрос, который сбил с толку наших врачей. Вот та же самая информация, переведенная на язык естественной частотности.

✔ Десять из каждой тысячи женщин имеют рак груди.

✔ Из этих десяти женщин с раком груди девять в результате обследования получают положительные результаты.

✔ Из 990 женщин, не болеющих раком груди, около 89 в результате обследования имеют положительные результаты.

Если результаты обследования женщины положительные, каков шанс того, что она больна раком груди?

Когда Гигерензер поставил перед врачами вопрос в такой форме, результаты в сравнении с первым экспериментом были поразительные. Если на вопрос, сформулированный в категориях вероятностей, только 21% докторов ответили правильно, то на вопрос, поставленный в категориях естественной частотности, правильно ответили 87% врачей. Вопрос в одной форме оказался трудным, вопрос в другой — легким, хотя с математической точки зрения в обоих вопросах спрашивалось об одном том же.

Помните «проблему Линды», которая приводилась выше? Она страдает тем же — ставит перед людьми простой вопрос в категориях сложных вероятностей. Ниже эта же проблема сформулирована в категориях естественной частотности:

> Исследователи опросили 100 женщин со следующими характеристиками. В среднем им по 31 году, они одиноки, весьма открыты по характеру и очень умны. Они специализировались по курсу философии. Еще студентками они принимали близко к сердцу проблемы дискриминации и социальной несправедливости, а также участвовали в демонстрациях против атомного оружия.
>
> Что больше?
>
> А. Количество женщин из этих ста, которые, возможно, являются операционистками в банке.
>
> Б. Количество женщин из этих ста, которые могут работать операционистами в банке и быть активными феминистками.

Правильное решение «проблемы Линды», когда она была сформулирована в категориях

вероятностей, предложили только 10% опрашиваемых, когда же эта проблема была представлена в формате естественной частотности, почти 100% респондентов дали верный ответ. С математической точки зрения в обоих случаях спрашивалось об одном и том же. Но первый вариант вопроса запутывал людей и приводил к совершению ими ошибок, а второй оказался удивительно легким.

Опираясь на мудрость предков, заключенную в наших субличностях

Когда мы пытаемся добраться до врожденного интеллекта, мы должны понять, как наш мозг воспринимает информацию. Поскольку мозг человека настроен на то, чтобы воспринимать информацию таким же образом, как ее воспринимали наши предки, люди решали бы проблемы гораздо лучше, если бы они были представлены в том же формате, что и перед нашими праотцами, например математические задачи формулировались бы в категориях естественной частотности (5 из 100), а не в категориях вероятностей (0,05).

Следует также ожидать, что люди будут лучше решать задачи, касающиеся унаследованных из прошлого эволюционных проблем, с которыми встречаются наши субличности. А так как субличности специализируются на разных типах проблем, то мы можем улучшить свои способности к логическому рассуждению, соотнося эти проблемы с характером конкретной субличности.

В оставшейся части главы мы рассмотрим два случая, которые раскрывают глубинную мудрость одного из наших внутренних командных игроков — аффилирующейся субличности.

В поисках обманщиков

Когнитивные психологи разработали ряд особо сложных задач, предназначенных для определения способностей человека к расшифровке того, что известно под названием *условной логики* . Классическим примером такого рода является *задача выбора Уэйсона* .

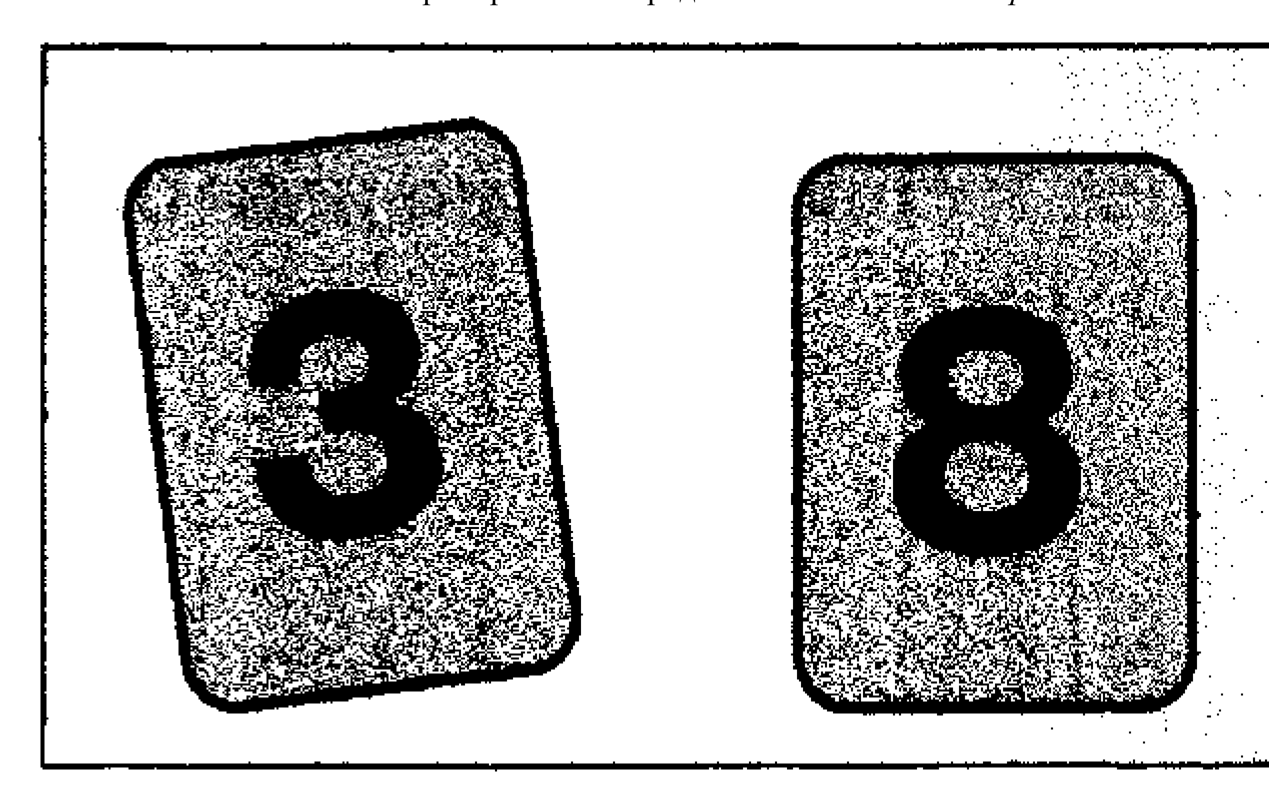


Рис. 5.2. Задача выбора Уэйсона

На рис. 5.2 изображены четыре карты. Каждая имеет цифру на одной стороне и букву на другой. Какую карту (или карты) вы перевернете, чтобы проиллюстрировать следующее утверждение: «Если у карты четная цифра на одной стороне, то на другой стороне она имеет букву, обозначающую согласный звук»?

Вы будете правы, если решите перевернуть две карты: одну с цифрой 8 и другую с буквой А. Вам не нужно переворачивать другие карты. Если вы поднимите карту с цифрой 3 и обнаружите на другой стороне букву, обозначающую согласный звук, это не дезавуирует вышеприведенное утверждение (которое ничего не говорит о нечетных цифрах). Точно так же, если вы перевернете карту с буквой Б, это не будет противоречить данному утверждению.

Не расстраивайтесь, если вы дали неправильный ответ. Люди вообще не очень хорошо решают такого рода задачи. Правильно отвечают только около 10% студентов университетов. Шивиары из Амазонии дают 0% правильных ответов.

Мы можем испытывать удовлетворение от того, что результатом многих лет систематического обучения является упомянутый показатель в 10%. И если вам интересно, то расходы в размере $40,000 в год на оплату обучения в Гарварде могут повысить этот результат до 12%.

Задача выбора Уэйсона так же сложна для многих людей, как и задача научиться писать. Если только вы не проходили в университете продвинутый курс условных логических рассуждений, вам трудно найти правильный ответ к задаче.

Это все равно что просить неграмотного человека написать сочинение. Даже профессора философии и математики дают неправильные ответы (откровенно говоря, мы тоже дали неправильный ответ на этот тест в процессе написания книги; впоследствии мы решали задачу еще раз по отдельности).

Однако есть ли способ превратить эту проблему из задачи танцевать в балете в задачу просто ходить? Леда Космидес, эволюционный психолог из Калифорнийского университета в Санта-Барбаре, нашла такой метод. Хотя решение абстрактных логических задач для человеческого существа и является относительно новым и потому трудным делом, Космидес предположила, что люди решали разные виды сложных логических задач на протяжении сотен тысяч лет. Оказывается, решение даже одной из задач, с которыми сталкивались наши предки, требует точно такой же сложной логики, как и решение задачи выбора Уэйсона с картами.

Эти задача, стоявшая и перед нашими предками, является специализацией нашей аффилирующейся субличности, которая мастерски организует жизнь в социальных группах. И вот почему: жизнь в социальных группах имеет много преимуществ. Если над проблемой работает десять голов, то шансы найти ее решение сильно возрастают. Но любой, кому приходилось работать в коллективных проектах, знает о существовании и второй стороны медали: некоторые люди получают дивиденды, не выполнив свою часть работы.

Когда наши предки жили маленькими группами, часто испытывая угрозу голода, для них становилось жизненно важным умение сразу же распознавать людей, которые стремятся побольше взять и поменьше дать. Наличие пары таких членов группы, которые потребляли свою долю пищи, но не участвовали наравне с другими в охоте или собирательстве, могло означать разницу между голодом и выживанием. Наши предки должны были уметь выявлять социальных паразитов — обманщиков в своей среде.

Леда Космидес сделала вывод, что логические рассуждения, которые люди используют для выявления подобных обманщиков, включают в себя те же логические рассуждения, что необходимы для решения задачи выбора Уэйсона. Давайте еще раз обратимся к ней, но на этот раз сформулируем ее так, чтобы позволить нашей аффилирующейся субличности обработать эту информацию таким же образом, как это делали наши предки.

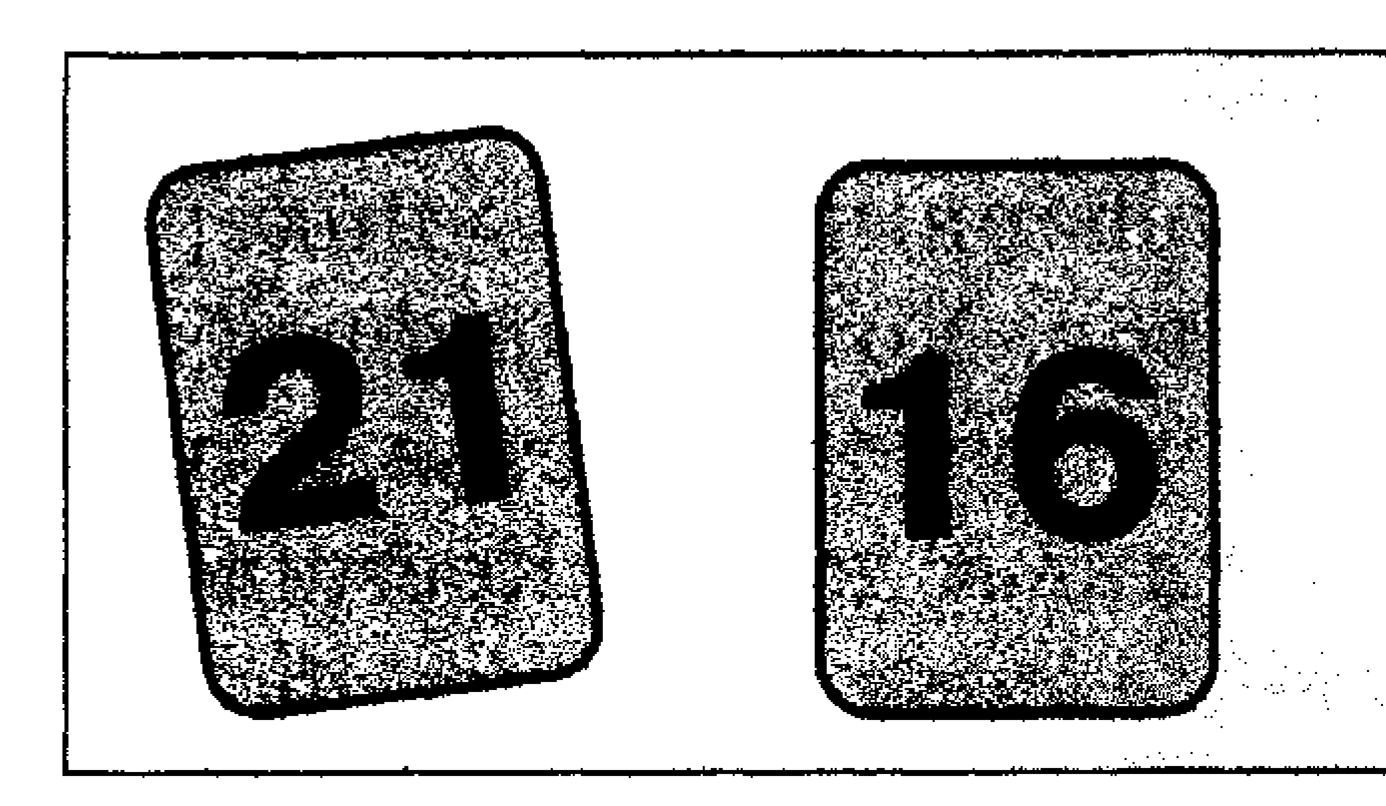


Рис. 5.3. Вариант раскрытия обманщика на основе задачи выбора Уэйсона

На рис. 5.3 показаны четыре карты. На одной стороне каждой помечен возраст человека, а на другой — что он или она пьет. Какие карты вы должны перевернуть, чтобы удостовериться в правильности следующего утверждения: «Если человек пьет алкоголь, то ему должно быть больше 18 лет?»

Получив такие трансформированные условия задачи, большинство людей почти моментально давали правильный ответ: переверните карту с числом 16 и карту с надписью «пиво», не трогая две другие. Нет смысла переворачивать карту с числом 21, поскольку мы знаем, что этот человек — не обманщик. Точно так же можно не переворачивать карту, чтобы узнать возраст человека, пьющего колу, поскольку он не получает никакой выгоды от неправды.

Сложная логика, потребовавшаяся для решения задачи об обманщике, математически идентична логике, требовавшейся для решения задачи выбора Уэйсона, которую мы представили раньше. Космидес использовала десятки формулировок этой задачи, каждый раз получая один и тот же результат.

Независимо от того, касались ли условия задачи знакомых вещей типа возраста, с которого разрешено употребление спиртного, или незнакомых типа возраста, с которого разрешено есть маниоку, если только задача содержала вопрос об обманщике, большинство людей превращались в отличных логиков.

Ларри Сугияма, антрополог, с которым мы встречались в начале этой главы, предложил попробовать решить эту задачу шивиарам. Если задачу выбора Уэйсона в ее оригинальном виде шивиары решали в 0% случаев, то с эволюционно переформулированной задачей они справлялись в 83% случаев.

На самом деле это было даже на один пункт выше достижений студентов Гарварда. Таким образом, в интеллектуальном олимпийском соревновании неграмотные шивиары могли бы победить высокообразованных студентов из города Кембридж в решении естественным образом сформулированных задач.

Космидес и Сугияма показали нам нечто очень важное. Дело не в том, что люди не способны применять сложную логику. Напротив, суть состоит в том, что большинство академических задач написаны таким образом, что они никогда не задействуют достаточно

развитые способности наших субличностей.

Это примерно то же самое, как попросить автомеханика решить задачу поднятия вашей машины не просто с помощью обыкновенного домкрата, а с изложением ответа в виде математических формул и расчета взаимодействия сил.

Один из нас только что испытал задачу по выявлению обманщика на своем семилетием сыне, которому еще нужно учить таблицу умножения, не говоря о теории вероятности. Он с трудом понял условия задачи выбора Уэйсона и хотел переворачивать каждую карточку. Но когда задача была сформулирована в категориях, касающихся вопроса, кто внес, а кто не внес плату за использование компьютерной игры «Лего Юнивёрс»[15], он легко решил ее.

> **Если оригинальные условия задачи трудны, подобно написанию сочинения на тему семейных отношений в современном мире, то решить версию задачи, переведенной в категории эволюции, — все равно, что поболтать с соседями о детях.**

Писать трудно, а говорить легко, даже когда вы пытаетесь передать одну и ту же информацию.

Парадокс больших чисел

Представьте, что вы узнали о случившейся авиакатастрофе, в которой погибли 200 человек, находившиеся на борту. Как и всякое человеческое существо, вы должны испытать определенное расстройство и горечь в ответ на такое трагическое известие. Теперь вообразите, что это был более крупный по размерам самолет и в результате катастрофы число жертв составило 600 человек. Что вы почувствуете?

Многие люди и в этом случае расстроятся и испытают горечь. Эмоции людей в обоих случаях будут примерно одинаковыми. Более того, иногда эмоций возникает меньше, даже притом что жертв становится больше.

Это явление известно под названием *парадокс больших чисел.* Вы можете обнаружить его повсюду. Например, многие американцы испытывают негодование, когда узнают, что присутствие американских войск в Ираке и Афганистане в первой половине XXI века стоило налогоплательщикам более $ 1 млрд. Но вряд ли эти люди почувствовали бы еще большее негодование, если бы им сказали, что данное предприятие стоило более $1 трлн, хотя последняя сумма и превышает первую в тысячу раз и на самом деле гораздо ближе к истине. Математически это равнозначно тому, как если бы продавец в лавке предлагал вам купить тот же сэндвич не за $4, а за $4 тыс. Тем не менее, когда расходы государства умножаются во много крат, люди не становятся более рассерженными.

Чтобы понять этот парадокс, нам необходимо снова пробираться сквозь джунгли в мир племени шивиаров. Члены этого сообщества живут в небольших деревнях с населением от 50 до 100 человек. Каждый житель деревни знает почти всех своих соседей, многие из которых являются его родственниками или близкими знакомыми. Это количество — от 50 до 100 — очень важно, потому что оно появляется снова и снова на протяжении истории и в разных уголках планеты.

Современные охотники-собиратели от Африки и Южной Америки до Океании живут группами от 50 до 100 человек. Если вы окажетесь первым в установлении контактов с людьми, которые никогда не видели незнакомцев, то можно биться об заклад, что эти люди будут жить общинами количеством от 50 до 100 человек.

Археологические находки свидетельствуют о том, что если бы вы совершили путешествие во времени, чтобы навестить свою пра-пра-пра-пра-прабабушку, то, скорее

---

[15] Популярная компьютерная игра, выпущенная в продажу в 2010 году и доступная в режиме онлайн. — *Примеч. пер.*

всего, нашли бы ее живущей в кочевом племени, состоящим из 50 или 100 человек. Сегодня многие из нас живут в городах с населением в миллионы человек. Тем не менее группа наших друзей в социальных сетях, то есть людей, с которыми мы больше всего общаемся, включает как раз от 50 до 100 человек.

Если бы вы обратились к старейшине шивиаров и сообщили ему, что в авиакатастрофе могло погибнуть 600 человек, он, вероятнее всего, почесал бы затылок и недоуменно хмыкнул: «Что это значит?» Сообщества охотников и собирателей используют очень ограниченное количество слов для определения чисел и множеств. Вы можете найти у них «один», «два», «несколько», «так же много, как членов племени». Если мы будем называть им числа 200, 600,1 млн или 1 млрд, в их глазах, скорее всего, ничего не отразится (примерно как у нас, когда речь идет о разнице между миллиардом и триллионом).

Принятие решений на основе логических рассуждений с задействованием больших чисел — довольно новое явление. Это похоже на письмо, а не на речь. Хотя, возможно, это и забавно — представить себе, как шивиары могли бы реагировать на большие числа.

Помните, что ваш мозг в эволюционном отношении очень похож на их мозг, который, в свою очередь, очень похож на мозг наших общих предков, расселившихся по планете из Африки примерно 50 тыс. лет назад.

Многие из нас долгие годы изучали математику, и умом мы понимаем, что, прибавив к миллиону три нуля, мы получим миллиард.

Однако, как показывают парадоксальные результаты экспериментов с авиакатастрофой и расходами налогоплательщиков, наш разум слегка притупляется, когда дело касается больших чисел. Что такое световой год или 1012 нанометров? Для нашего мозга очень большие числа — понятие весьма туманное, к тому же лишенное эволюционного соотношения. И это важно, когда мы стараемся понять причины принятия людьми ошибочных или иррациональных решений.

> **Просить обычного человека сделать логическое рассуждение по вопросам, сопряженным с большими числами, — это то же самое, что предлагать ему станцевать «Лебединое озеро» в Метрополитен-опера — на лучшей сцене Нью-Йорка.**

Устранение ошибок с помощью аффилирующейся субличности

Даниэль Канеман и Амос Тверски составляют очень динамичный дуэт, открытия которого, потрясающие основы науки, были увенчаны Нобелевской премией. Среди их многочисленных вкладов в поведенческую экономику есть и разработка ряда весьма остроумных задач, показывающих ошибочность логических рассуждений, свойственную человеку.

> Представьте, что Соединенные Штаты готовятся к вспышке необычной азиатской болезни, которая, как ожидается, убьет 600 человек. Для борьбы с болезнью предложены две альтернативные программы.
>
> *Программа А.* Если будет утверждена эта программа, то будет спасено 200 человек.
>
> *Программа Б.* Если будет принята эта программа, то вероятность, что будет спасено 600 человек, составляет один к трем; а вероятность, что не удастся спасти ни одного человека, составляет два к трем.

Какую из этих двух программ вы поддержите?

Первое, что бросается в глаза: обе программы имеют абсолютно одинаковую «ожидаемую стоимость» с точки зрения количества людей, которых предполагается спасти — 200 человек из 600. Различие между двумя программами состоит в следующем: если

программа А дает точное количество людей, которые будут обязательно спасены, то программа Б содержит неопределенности. Тверски и Канеман установили, что большинство отвечавших на задачу людей (72%) выбрали более определенную программу А.

Но Нобелевскую премию ученые получили не за обнаружение того, что люди предпочитают более определенный выбор. Важный поворот дальше. Второй группе людей предложили ту же задачу про азиатскую болезнь и предоставили два выбора. Но варианты были сформулированы несколько иначе.

> *Программа А.* Если будет утверждена программа А, то погибнет 400 человек.
>
> *Программа Б.* Если принимается эта программа, то имеется вероятность один к трем, что никто не умрет, а также вероятность два к трем, что погибнет 600 человек.

Какую из двух программ вы поддержите?

Принципиально важно отметить, что с логической и математической точек зрения второй вариант задачи абсолютно идентичен первому. Кроме того, обе программы одинаково оценивают количество людей, которые, как ожидается, останутся в живых — 200 из 600. Однако получив второй вариант задачи, большинство участников эксперимента (78%) на этот раз сделали выбор в пользу менее определенной программы Б. Такой обратный поворот в предпочтениях, судя по всему, указывает на вопиющую разрегулировку процесса принятия решений.

Переменчивость преференций людей в задаче об азиатских болезнях часто представляется как критерий человеческой иррациональности и сокрушающий удар по главным положениям классической экономической модели человека как существа рационального.

И дело здесь не в том, что люди не сильны в математике (в задаче специально применялись простые числа, чтобы студенты университета могли легко просчитать варианты в голове).

Суть состоит в том, что люди, оказывается, проявляют иррациональную непоследовательность в принятии математически идентичных решений.

Но до того как мы расстанемся с этой проблемой и сделаем вывод, что большинство людей не очень хорошо справляются с принятием решений, давайте проведем некоторую детективную работу с использованием нашего эволюционного увеличительного стекла.

Мы знаем, что наши предки жили группами по 50-100 человек или даже меньше. Также теперь известно, что наш мозг не приспособлен к восприятию больших чисел. Помните, что наши прародители вряд ли встречались с такими множествами.

Специалист по принятию решений К. Т. Ванг предположил, что классическая проблема азиатской болезни является для нас с точки зрения эволюции новомодным изобретением, которое не может задействовать логику наших предков. Ванг считает, что ставить перед человеком эту задачу — все равно что просить неграмотного что-нибудь написать или обратиться к Дугласу и Владу с предложением исполнить несколько балетных па из *«Лебединого озера»* (поверьте нам на слово, если вы не хотите увидеть одного из нас в обтягивающем трико).

Поскольку численность групп в обществах охотников и собирателей редко превышает 100 человек, Ванг пришел к логическому заключению о том, что

> **люди могут по-разному реагировать на задачи, если они включают числа, которые могли быть понятны нашим предкам.**

Что если вместо 600 человек в задаче имелось бы число 60 — как раз та величина, которая находилась в пределах понимания аффилирующихся субличностей наших предков?

Ванг провел эксперимент, в котором представил участникам ту же задачу Канемана и

Тверски. Единственным отличием было то, что число людей в формулировке Ванга приближалось к размерам групп, в которых проживали первобытные люди.

Первая группа испытуемых теперь должна была выбирать между программами, одна из которых спасла бы 20 человек, а другая 60 с вероятностью один к трем (с постоянной вероятностью два к трем, что спасти не удастся никого).

Другой группе нужно было выбирать между вариантом, когда погибнут 40 человек, и вариантом, что никто не умрет с вероятностью один к трем (и вероятностью два к трем, что умрет 60 человек).

Ванг сделал удивительное открытие. Когда число в задаче уменьшилось до 60 человек (против 600 ранее), формулировка уже не играла роли. Независимо от того, говорилось ли в условиях задачи о потерях или спасении, люди последовательно делали один и тот же выбор. Результаты экспериментов, проведенных Вангом, подвергают серьезным сомнениям модель человека как иррационально заблуждающегося существа и показывают, что люди вполне способны избегать ошибок. Вся соль в том, что ставить перед людьми вопросы нужно таким образом, чтобы это соответствовало опыту наших предков.

Как помочь черепахам-самоубийцам (и иррациональным человеческим существам)

Морские черепахи откладывают яйца на сухих пляжах рядом с мелкой водой. Маленькие черепашки вылупляются из яиц темной ночью и сотнями ползут вниз по песку по направлению к своему дому — океану. Это величественное зрелище. Как объяснял с очаровательным акцентом Краш, черепаха — персонаж известного анимационного фильма «В поисках Немо»: «О-о-о, это великолепно, Джеллимен. Только что эти маленькие существа были яйцами, мы оставили их на берегу. И вот вдруг — раз! — и они уже ползут по направлению к старому голубому океану».

Однако последние поколения маленьких черепашек начали совершать какую-то страшную ошибку в принятии решений. Имея два варианта: ползти либо в сторону океана, либо в противоположном направлении, в сторону асфальтовых дорог с мчащимися по ним многотонными грузовиками, тысячи маленьких черепашек делали второй, очень иррациональный выбор.

Один житель Флориды недавно нашел средство от этой волны массовых самоубийств. В газетной статье под заголовком «Форт-Лодердейл спасает черепах от самоубийства» он рассказывает о радикальном способе уменьшить число ошибок в принятии решений, совершаемых черепашками, а именно о выключении дезориентирующего их света.

Похоже, что у маленьких черепашек присутствует эволюционно развившийся инстинкт ползти на свет. В течение миллионов лет это было правильное и очень рациональное поведение. Ведь на абсолютно темном пляже свет указывал на водную поверхность, в которой отражались луна и звезды. Следование на свет приводило черепашек в объятия своего дома — океана. Проблемы начались, когда люди стали строить дома почти у кромки воды, а на другой стороне пляжей зажглись яркие огни гостиниц. Теперь, вылупившись из яйца, черепашки из Форт-Лодердейла, направляясь в сторону света, попадали прямо под колеса грузовиков.

Так являются ли морские черепахи-самоубийцы иррациональными от природы? Да, в современном мире. Но есть и более глубокая правда. Черепашки основывают свои решения на простых правилах, которые отлично работали для их предков. Сегодня, к сожалению, развившийся в них в результате эволюции механизм принятия решений ослеплен современными огнями.

Нынешние люди имеют нечто общее с этими несчастными черепашками. В нас глубоко заложены рациональные механизмы принятия решений, и их тоже ослепляют многие черты современного мира.

Поведенческие экономисты и психологи, изучающие процесс вынесения суждений и

принятия решений, построили настоящее веселое вместилище наших ошибок. И иногда с большим шумом они показывают, что люди походят на черепашек-самоубийц. Подойдите поближе, друзья, и взгляните на удивительного мистера Глупца! Просто заплатите $20 и посмотрите на себя в зеркало! А всего за $50 вы можете взглянуть на себя дважды!

Но во всей этой карусели вокруг людской глупости затерялась одна важная правда о человеке. *Homo sapiens* не только стал одним из самых успешных видов на планете (а это предполагает, что мы все-таки что-то делаем правильно), но и справился с чрезвычайно сложными задачами, такими как восприятие речи, постижение грамматики, узнавание лиц и объектов, в чем мы превосходим самые мощные компьютеры.

Ослепленные современными яркими огнями, мы тоже можем ошибаться, решая многие простые задачи. Но в большинстве случаев наши ошибки и иррациональности проистекают не от недостаточности наших способностей, а от дезориентирующих способов их тестирования. Благодаря небольшим изменениям в подаче информации, направленным на то, чтобы формулировки соотносились с нашим историческим опытом, то есть, просто выключив ослепляющий нас свет, можно моментально превратить нас, иногда кажущихся непроходимыми глупцами, в глубоко рациональных мудрецов.

Трансформирование сложных вопросов так, чтобы докопаться до нашей мудрой исторической памяти, способно кардинально уменьшить количество совершаемых нами ошибок и улучшить наши решения.

Но оказывается, что решение, принимаемое одним человеком, может быть глубоко рациональным, а другим — иррациональным.

Далее мы подробнее рассмотрим принципиальные биологические отличия между разными типами людей. Чтобы понять, почему это важно, давайте начнем с простого вопроса: почему люди, выбравшиеся из бедности и ставшие богатыми, позднее часто заканчивают свой путь в суде по банкротствам?

Глава 6. Быстрая жизнь и ранняя смерть

Наверняка вы слышали о Стэнли Барреле, хотя, возможно, не помните его под этим именем и не знаете всех деталей его удивительной жизни. Воспитывавшийся матерью-одиночкой, Баррелл рос с восемью братьями и сестрами в тесной квартирке в муниципальных домах бедного района Ист Окленд города Окленда, Калифорния.

Чтобы заработать немного денег, юный Баррелл продавал вылетевшие за пределы поля бейсбольные мячи и танцевал под барабан на парковке торгового центра «Окленд Колизеум». Его энергия и способности были такими, что, однажды увидев, как зрители «заводятся» от выступлений мальчика, владелец бейсбольной команды Окленда, входившей в высший дивизион, Чарльз Финли взял 11-летнего Баррелла на работу в качестве подносчика бит для игроков. Один из них усмотрел в новом мальчишке сходство с легендой американского бейсбола Хаммерингом Хэнком Аароном, поэтому все стали его звать Хаммер.

К 27 годам Стэнли направил свою неуемную энергию в поп-музыку, превратившись в суперзвезду под именем Эм Си Хаммер. Публика сходила с ума от его ярких танцевальных номеров, фирменных штанов-парашютов и хитов типа *U Can't Touch This* («Даже не прикасайся»). В 1990 году журнал «Форбс» оценил состояние некогда влачившего полунищенское состояние Баррелла в $33 млн. К тому времени его пластинки разошлись по всему миру в количестве более 50 млн экземпляров.

Однако через несколько лет, в 1996 году, Баррелл был вынужден объявить себя банкротом. К этому моменту он не только потерял свое некогда огромное состояние, но и имел долги на сумму $13 млн. Являясь прекрасным актером и балагуром (за это он получил

прозвище Мастер Конферансье), Баррелл не сумел одного — уяснить понятие о бережливости. Он потратил сумасшедшие деньги на поместье площадью около 10 га в Калифорнии, выстроенное в стиле райских дворцов, с теннисными кортами, двумя бассейнами, собственным кинотеатром, гаражом на 17 машин и звуковой системой, которая потребовала прокладки 22 миль проводов. Он также почувствовал необходимость приобрести несколько скаковых лошадей, вертолет и литые золотые цепи для четырех своих ротвейлеров. Но деньги уходили не только на самого Баррелла: поддерживая марку суперзвезды, он окружил себя свитой из 200 человек, содержание которых стоило $6,8 млн в год.

История Эм Си Хаммера неуникальна в череде таких же историй о превращении бывших бедняков в богачей. По данным популярного спортивного журнала «Спортс иллюстрейтед», 78% профессиональных игроков в американский футбол терпят банкротство в течение жизни, а 50% профессиональных баскетболистов разоряются в течение пяти лет после ухода из большого спорта. И это притом что минимальная годовая зарплата в американской Национальной футбольной лиге $375,000. А средний годовой доход игроков Национальной баскетбольной ассоциации составляет огромную сумму в $5,15 млн.

Куда исчезают эти деньги? Центровой баскетбольной команды «Нью-Йорк Никс» Патрик Юинг однажды объяснил это следующим образом: «Мы много зарабатываем, но и много тратим». Боксер Майк Тайсон являлся воплощением исключительного спортсмена-транжиры. Он потратил $188,000 на приобретение двух белых бенгальских тигров (чтобы бороться с ними), выбросил $2 млн на одну только ванну в одной из его 38 ванных комнат и купил дом с семью кухнями и собственным ночным клубом — только для того, чтобы переночевать там всего однажды. Хотя за спортивную карьеру Тайсон заработал более $300 млн, он имел $23 млн долгов, когда в 2003 году объявил себя банкротом.

Страсть к жизни напоказ присуща не только спортсменам и звездам шоу-бизнеса. Книга Стэнли Томаса и Уильяма Данко о богатых людях Америки *«Ваш сосед — миллионер»* рассказывает о том, что многие уважаемые профессионалы, включая врачей, тратят больше, чем зарабатывают, часто заканчивая жизнь банкротами. Даже известный телеведущий и шоумен канала CNN Ларри Кинг был вынужден объявить себя банкротом, когда не смог оплатить долги, хотя это не помешало бывшему бедному мальчишке из Бруклина наделать новых долгов — и завести новых жен (в настоящее время Кинг состоит уже в восьмом браке).

Почему же столько людей, которые добиваются достатка, не только не откладывают средства на будущее, но и тратят их без разбору, невзирая на свои возможности? Хотя многие из таких импульсивных решений могут показаться глупыми и иррациональными, давайте все же подумаем, каким образом жизнь сегодняшним днем без заботы о завтрашнем может отражать лежащую под таким поведением глубинную рациональность.

В этой главе мы рассматриваем доказательства того, что различным людям предопределена разная линия жизни. Некоторые, как Эм Си Хаммер, все свои силы направляют на то, чтобы выбиться из бедности и стать богатым, живя по **быстрой программе** , связанной с риском, импульсивностью, вредным образом жизни, часто приводящим к ранней смерти. Другие живут по **медленной программе** , которая предполагает откладывание вознаграждения на потом и отсутствие рисков. Ни одна из программ не имеет превосходства над другой. Скорее каждая из них вбирает в себя лучшие из тех обстоятельств, в которых человек родился. Понимание этих двух жизненных линий, а также порождающих их условий очень важно, поскольку именно это объясняет, почему одни и те же решения могут быть для одного человека иррациональными и малоподходящими, а для другого — абсолютно рациональными и полностью отвечающими его интересам.

Теория жизненной линии

Хотя большее количество денег не всегда ведет к большему числу проблем, вопрос о

том, как потратить деньги, может превратиться в дилемму. Например, если у вас есть $100, то вы можете их потратить на самые разные цели: купить еды, несколько дюжин роз на длинных стеблях для любимой, оплатить уроки игры на скрипке для вашего ребенка, купить новую одежду, в том числе штаны-парашюты, приобрести диск с полной коллекцией хитов Эм Си Хаммера, включая написанный в 1992 году *2 Legit 2 Quit* и десятиминутный видеоролик к нему, производство которого стоило $2,5 млн (неслыханная для 1992 года сумма). Дилемма возникает из-за того, что деньги — это ограниченный ресурс. Если у вас есть $100, вы не можете купить на них одновременно полный холодильник еды, новую одежду и оплатить уроки скрипки для ребенка. Когда дело доходит до распределения ограниченных ресурсов, вам приходится расставлять приоритеты.

Ограниченные ресурсы — это не только деньги. Время тоже является ограниченным ресурсом, как и энергия, содержащаяся в пище и выражаемая в калориях. Решения о том, как использовать каждый из ресурсов, требуют сделать выбор. Располагая одним часом свободного времени, вы можете потратить его на занятия с детьми, написание пары электронных писем или короткий отдых. Время, расходуемое на один вид деятельности, не может одновременно быть затрачено и на другой. Точно так же, если вы потребляете 100 калорий, ваш организм может направить их на укрепление иммунной системы, или на двигательную активность (вы можете потанцевать в штанах-парашютах), или сделать из них запас в тех областях, где у вас откладывается жир.

Наши друзья — рациональные экономисты — создали целую науку — микроэкономику, которая изучает, каким образом индивидуумы и корпорации распределяют ограниченные ресурсы. Микроэкономика в основном занимается изучением решений людей, однако необходимость распределять ограниченные ресурсы есть не только у человеческих существ.

Каждый живой организм должен уметь делать выбор, будь это одноклеточная бактерия, ротвейлер, бенгальский тигр или роза на длинном стебле.

И оказывается, необходимость идти на компромиссы, с которой сталкиваются люди, сродни той, которая встает перед другими видами живых существ.

Для объяснения того, каким образом разные организмы распределяют свои ограниченные ресурсы, биологи разработали ряд сильных концепций, которые в совокупности называются *теорией жизненных циклов* (подразумевает изучение соотношения времени и продолжительности важнейших событий в жизни организма).

Эта теория похожа на микроэкономику, только она рассматривает вопросы выбора применительно к биологическому миру.

Теория рассматривает следующие вопросы: сколько должно расти отдельное животное, чтобы достичь способности к воспроизведению? Должно ли это животное выделять ресурсы на то, чтобы заботиться о потомстве после его рождения? Если да, то сколько заботы должно животное отдать потомству, прежде чем оно станет самостоятельным?

Согласно теории жизненных циклов, главные жизненные задачи для всех организмов подразделяются на две большие категории: осуществление *соматических усилий* и *репродуктивных усилий* .

Соматические усилия — это энергия, которую животное затрачивает на развитие и поддержание здорового тела *(сома)*. Репродуктивные усилия — это энергия, расходуемая на транслирование генов данного организма.

Соматические усилия можно представить в виде денег, положенных на растущий счет. Напротив, репродуктивные усилия — это снятие денег со счета с целью потратить их на

передачу чьих-то генов. Точно так же, как люди обычно не копят деньги лишь для того, чтобы иметь большой банковский счет, животные не вкладывают энергию в соматические усилия с единственной целью — иметь большое тело. Наоборот, вложения в соматические усилия одновременно являются и вложениями в будущую репродукцию. Накапливая более внушительный банковский счет сейчас, животное сможет создать лучшее потомство в дальнейшем.

Теория жизненных циклов особенно выделяет то обстоятельство, что все животные должны делать один и тот же выбор.

Ведь в каждый конкретный момент вы, ваш кот или воробей, гнездящийся рядом с вашим окном, могут затратить ограниченные ресурсы либо на соматические, либо на репродуктивные усилия.

Различные животные решают проблему выбора по-разному, что определяет их отличающиеся друг от друга *стратегии жизненных циклов.*

Некоторые животные формируются в соответствии с медленной стратегией жизненных циклов, затрачивая значительное количество времени и усилий на соматическое развитие, прежде чем приступить к репродукции.

Другие развиваются по быстрой стратегии, экономя на соматических усилиях, чтобы как можно раньше включить репродуктивную функцию. Например, большие тенреки (щетинистые ежеподобные существа, живущие на Мадагаскаре) в половом отношении развиваются очень быстро, достигая репродуктивного возраста уже через 40 дней после рождения. Как только они становятся физически способными к размножению, они превращаются в выдающихся производителей потомства: в одном помете самка может родить до 32 детенышей. Слоны, наоборот, развиваются по медленной стратегии, затрачивая в 100 раз больше времени для достижения половой зрелости. И даже после созревания они могут еще долгое время не производить на свет потомства. А когда, наконец, совершают это, самка слона рожает за один раз не более одного слоненка. Затем может пройти немало лет, прежде чем она родит еще раз.

Мы, человеческие существа, по стратегии жизненных циклов находимся ближе к слонам, чем к большим тенрекам. Мы затрачиваем значительную энергию на соматическое развитие, долго ожидая достижения половой зрелости. И даже после этого мы можем выжидать от нескольких лет до нескольких десятилетий, прежде чем решимся иметь детей. Как и слоны, мы обычно тратим много усилий на воспитание наших относительно медленно развивающихся отпрысков, имеющих большой мозг, — беззащитных маленьких существ, которые в исторической перспективе не смогли бы выжить без ресурсов, предоставляемых им отцами и матерями.

На самом деле для слонов, людей и любых других животных, которые рождают беззащитных детенышей, репродуктивные усилия — это нечто значительно большее, чем спаривание. Для успешной репродукции необходимо решение двух абсолютно разных задач: приложение *брачных усилий* (энергетические ресурсы, затрачиваемые на борьбу за статус, привлечение партнера и собственно случку или половой акт) и *родительских усилий* (энергетические ресурсы, затрачиваемые на обеспечение выживания и последующего самостоятельного размножения потомства). Жизненные циклы людей, как и слонов, включают в себя продолжительный период созревания, небольшой период спаривания и длительный период родительской заботы о потомстве.

Три этапа

Если посмотреть на нас с точки зрения теории жизненных циклов, можно увидеть, что, как и животные, на протяжении своей жизни мы проходим предсказуемые этапы развития.

Подобно жизненным циклам других живых существ наши жизненные циклы могут быть разделены на три этапа, каждый из которых характеризуется прежде всего видом прилагаемых усилий: соматические усилия, брачные усилия и родительские усилия.

Эти три этапа помогают понять, каким образом приоритеты и психология людей меняются на протяжении их жизни. Вообще, на определенных жизненных этапах одни субличности управляют нашими решениями в большей степени, чем другие. Вспомните пирамиду развития из главы 2 (см. рис. 2.1). Она показывает, как по мере нашего созревания каждая очередная субличность занимает свое место над теми из них, которые были задействованы ранее.

Все животные сначала должны выжить и вырасти, чтобы стать способными к репродукции. Первый жизненный этап, в ходе которого в основном затрачиваются соматические усилия, создают необходимую основу для развития организма. На этом фундаменте затем смогут развернуться брачные усилия.

На этом первом этапе дети развиваются физически, создается их иммунная система, они начинают усваивать социальные навыки, которые должны помочь им обзавестись кругом друзей. На соматическом этапе главными являются самозащитная субличность и субличность, ответственная за избежание болезней.

Малыши пугаются незнакомцев (боязнь чужих людей особенно сильна в возрасте двух-трех лет), избегают новой пищи, часто предпочитая есть одно и то же изо дня в день (тысячный по счету бутерброд с арахисовым маслом принимается с удовольствием, а с ореховым и авокадо — отвергается). Значительно позднее дети начинают уделять внимание приобретению друзей. Это происходит, когда на втором жизненном этапе вперед выдвигается аффилирующаяся субличность.

Если вы имеете опыт воспитания подростка, сына либо дочери, или можете вспомнить себя в старших классах школы, то, наверное, согласитесь, что на втором жизненном этапе, включающем в себя брачные усилия, дело принимает непростой оборот.

И для мужчин, и для женщин брачные усилия находятся на самом пике в период нашего взросления, то есть от юношеского возраста вплоть до 30 лет. После невинных и асексуальных лет младшей школы у старшеклассников брачные усилия вдруг начинают отнимать огромное количество времени и энергии. Достаточно ли я популярен (популярна) и привлекателен (привлекательна)? Признают ли другие ребята мой статус или смотрят на меня свысока? Хорошо ли я вписываюсь в коллектив? И последний вопрос: могу ли я назначить свидание той симпатичной девчонке, что сидит рядом со мной на уроке истории?

В животном царстве брачные усилия ассоциируются с безудержной агрессией и демонстрацией силы. То же относится и к человеческому обществу. Люди в этом возрасте получают огромный заряд адреналина от прыжков с моста в реку или спуска в бездонные пещеры. Молодые люди больше других склонны к экспериментам с наркотиками и алкоголем, а также к рискованному сексуальному поведению. И совсем неслучайным является то, что автоаварии — главная причина гибели американских подростков и юношей.

Молодые люди в возрасте до 20 лет не только не пристегиваются ремнями безопасности, они еще и склонны к проявлению сверхуверенности в собственных водительских способностях, употреблению алкоголя за рулем и к езде в автомобиле, переполненном друзьями, которых они хотят удивить своей бесшабашностью.

Энергия ваших брачных усилий напрямую соотносится с количеством тестостерона, поступающего в кровь. Его уровень резко поднимается в раннем юношестве и достигает пика к периоду между 20 и 30 годами. Тестостерон разжигает пламя соперничества, несогласия и вожделения. Когда он поступает в кровь и мужчин, и женщин, они становятся более агрессивными и заинтересованными в сексе. В одном из проведенных исследований удалось выяснить, что из 4462 ветеранов военной службы, у которых был выявлен высокий уровень тестостерона в крови, преобладающее число мужчин имели неприятности с законом, отличалось агрессивностью и общалось со слишком большим количеством сексуальных

партнеров.

Выброс тестостерона в юношеские годы означает появление субличности, ответственной за приобретение партнера, а также статусной субличности. Они оказывают доминирующее влияние на наше поведение на втором жизненном этапе. Тот же тестостерон в нашей крови подавляет активность самозащит-ной субличности и субличности, ответственной за избежание болезней, которые энергично работали на предыдущей стадии. В конце концов трудно рисковать и стараться чем-то поразить окружающих, если вы озабочены состоянием своего здоровья и физической безопасностью.

Снижение порога ощущения опасности может быть особенно опасным на брачном этапе. Эволюционные психологи Мартин Дэли и Марго Уилсон, которые изучали типовые убийства в странах от Канады до Кении и от средневековых европейцев до бушменов из пустыни Калахари на границе Намибии, Ботсваны и Анголы, установили, что в общем количестве убийц непропорционально большая доля всегда приходится на молодых людей. По сравнению с более зрелыми мужчинами за тридцать юноша, которому только что исполнилось 20 лет, имеет вчетверо больше шансов оказаться убийцей.

Каков же главный мотив этой агрессии? Самая частая причина, из-за которой происходит 37% убийств, официально именуется *тривиальным конфликтом* . Полиция называет такие конфликты тривиальными, потому что они начинаются по сравнительно мелким поводам, таким как несколько обидных слов, ругательство или случайный толчок.

По словам одного полицейского из Далласа: «Убийства обычно начинаются с небольших споров ни о чем. Страсти накаляются. Начинается драка, и вдруг кто-то оказывается убит ножом или застрелен. Я работал над делами, где преступник поспорил с жертвой из-за 10-центовой пластинки в проигрывателе-автомате или из-за долга в $1 при игре в кости». Дэли и Уилсон указывают, что наиболее яростные проявления насилия связаны со статусными притязаниями преступника или поиском им сексуального партнера, особенно при отсутствии у него и того и другого. В одном из исследований общей ситуации с убийствами в Детройте было установлено, что 41% виновных в преступлениях были безработными, а 73% не состояли в браке.

Если человек успешно проходит брачный этап (а как показывает статистика убийств, для некоторых молодых людей слово «если» действительно актуально), он (или она), скорее всего, войдет в третий этап, включающий в себя родительские усилия. Эта последняя стадия предполагает формирование долгосрочных связей человека с другим человеком, которым обычно является брачный партнер. Такие отношения создают основу для произведения на свет и успешного воспитания потомства. Хотя никаких официальных временных параметров начала родительской стадии не существует, в Америке первый ребенок рождается в семьях, в которых средний возраст матери 25 лет, а отца — 27. В некоторых странах родительскую жизнь начинают позже (в Великобритании средний возраст впервые родившей матери составляет 29,2 года, а в Японии — 29,5). Большинство людей вступают в родительский этап жизни после 30 лет. И этот третий этап длится дольше, чем непосредственно период воспитания собственных детей, — родительские усилия у людей обычно распространяются и на внуков.

Родительский этап жизни человека, как правило, приносит снижение в нем агрессивности и стремления к соперничеству. В одном эксперименте ученые наблюдали хоккеистов-любителей в Канаде, сравнивая игру молодых неженатых мужчин в возрасте после 20 лет и мужчин постарше, женатых, которые перешагнули порог четвертого десятка.

Игра старших мужчин была в три раза менее агрессивной, чем игра двадцатилетних. А когда взрослые мужчины сталкивались или кричали друг на друга, инциденты обычно заканчивались с юмором — легкими подначиваниями и шутками. Для молодых людей в игре не было ничего смешного. Они не только выходили из себя легче, чем их старшие коллеги, но и в четыре раза чаще демонстрировали то, что исследователи назвали «холодной враждебностью» — намеренно толкали или ударяли другого игрока без всякого намека на улыбку или извинения.

После 30 лет уровень тестостерона в крови и мужчин, и женщин начинает снижаться. Это снижение не имеет заранее предопределенных временных значений. Его наступление зависит от того, вступили ли вы в родительский этап. Уровень тестостерона снижается, когда человек женится, и продолжает еще больше снижаться после рождения у родителей ребенка. Например, филиппинки, родившие детей, имеют уровень тестостерона на 30% более низкий, чем женщины их возраста и социально-экономического статуса, не имеющие детей. Точно так же уровень тестостерона у североамериканских мужчин падает после женитьбы и еще больше — к моменту рождения у них первого ребенка.

На родительском этапе основную роль в нашей жизни играют субличности, отвечающие за удержание партнера и за заботу о близких. Взаимосвязь с долговременным партнером и маленький ребенок последовательно активизируют субличности, определяющие наше развитие в качестве хороших супругов и родителей. Одновременно возрождается и былое влияние самозащитной субличности и той, которая отвечает за избежание болезней: ведь теперь нам нужно сохранять свою жизнь и здоровье для того, чтобы растить наше потомство и защищать его от разнообразных угроз. К тому времени, когда люди женятся и заводят детей, они уже не находят удовольствия в прыгании с мостов или езде на красный свет и испытывают меньше необходимости в резком ответе на обиду или в проявлении враждебности в спортивных играх.

Этап предпринимательства

Изменение приоритетов на разных жизненных этапах имеет далеко идущие последствия для наших финансовых решений, принимаемых в те или иные моменты жизни.

Благодаря высокому уровню тестостерона, характерному для ранней молодости, брачный этап обычно предрасполагает людей к большему риску, авантюрности и азартным играм.

Посмотрите на возраст игроков мирового чемпионата по покеру — гигантского турнира, ежегодно проходящего в Лас-Вегасе. Средний возраст 8 тыс. участников, каждый из которых вносит за право участия в турнире $10 тыс., около 25 лет. И ежегодно умудренные опытом ветераны покера более старшего возраста, такие как Фил Хеллмут (прозванный Покерным Дьяволом), громко жалуются, что нынешние молодые скоротечные звезды играют с бесшабашностью, граничащей с безответственностью, постоянно блефуя или идя ва-банк, даже когда поступать так — безумие. Но такая нахальная игра иногда приносит некоторые дивиденды. Возраст последних пяти победителей турнира (приз — $9 млн) составлял 22, 21, 23, 22 и 24 года. Хеллмут, которому сейчас уже около пятидесяти, имеющий двух детей, в последний раз выигрывал чемпионат, когда ему было двадцать четыре.

Возраст и тестостерон оказывают влияние не только на ставки в Лас-Вегасе. Мы можем наблюдать их воздействие на ежедневную активность всего финансового сектора. В одном британском исследовании изучались торговцы фьючерсами на Лондонской фондовой бирже (их средний возраст составлял 27,6 года). В течение нескольких недель у них измеряли уровень тестостерона. В дни, когда содержание тестостерона в крови испытуемых находилось на высокой отметке, их прибыль была в восемь раз больше, чем в дни, когда уровень тестостерона приближался к среднему показателю. Ученые объясняют эти успехи в деятельности финансистов тем, что

тестостерон повышает настойчивость и бесстрашие перед лицом нового.

После опубликования результатов упомянутого исследования, клиники Нью-Йорка сообщили о росте числа обращений пациентов по поводу недостатка тестостерона. Врач Лайонел Биссун, практикующий в районе Верхний Вест-Сайд (элитный район в Манхэттене)

и осуществляющий лечение недостаточности тестостерона его замещением, полагает, что этот гормон становится своеобразным наркотиком для торговцев на фондовых рынках Уолл-стрит, которые хотят получить преимущество над своими соперниками по профессии. 90% пациентов Биссуна — люди из финансового сектора, возраст которых от 30 лет и больше. Они надеются, что лекарства, увеличивающие выработку тестостерона, помогут им добиться более высоких результатов в работе и позволят не уставать в течение долгого рабочего дня. «Если вы собираетесь осуществлять сделки на Уолл-стрит или оперировать большими суммами денег, вы должны быть уверены в себе, — говорит Биссун. — Колеблющийся человек вряд ли добьется здесь успехов».

С учетом того, что после 20 лет у человека резко повышается уровень тестостерона, этот возраст может быть важным фактором для начала карьеры, продвижение в которой требует больших рисков, например предпринимательской деятельности. Эм Си Хаммеру было всего 22 года, когда он взял на себя огромный риск и одолжил у бывших игроков бейсбольной команды Окленда Майка Дэвиса и Дуэйна Мёрфи $40 тыс., чтобы начать свое дело — создать фабрику по производству грампластинок. Продавая пластинки из багажника своего автомобиля и неустанно себя рекламируя, президент и директор собственной компании Хаммер вскоре и сам записал альбом под названием *Feel My Power*. С этим альбомом он развернул настоящую войну против рэперов-конкурентов Дугласа Э. Фреша и ЛЛ Кул Джея, подначивая их в своих песнях и утверждая, что он «самый первый».

А когда разговор заходит про акул Интернета, по крайней мере один венчурный капиталист считает, что «предприниматели в сфере Интернета подобны профессиональным баскетболистам. В 25 лет они на пике возможностей, а в тридцать уже уходят». Ларри Пейджу и Сергею Брину было по 25 лет, когда они основали компанию «Гугл» в 1998 году. Биллу Гейтсу был 21, когда он образовал «Майкрософт». Марк Цукерберг создал «Фейсбук» тоже в возрасте 21 года. У «Эппл» было три основателя: Джобс, Возняк и Рональд Уэйн, каждому из которых принадлежала существенная часть компании. Мы встречались с Уэйном в главе 4, где говорилось о детекторах дыма в нашем мозгу. Это тот самый человек, который сегодня имел бы состояние в $2,6 млрд, если бы не вышел из компании через две недели после ее создания, объяснив свой поступок тем, что у него не хватает смелости участвовать в столь рискованном предприятии. Мог ли здесь сыграть некую роль возраст? В отличие от совсем молодых Джобса и Возняка, Уэйну в то время было 42 года.

Молодые люди с высоким уровнем тестостерона не только склонны к риску, они еще и более агрессивны при ведении дел с другими представителями бизнеса.

Одно исследование, в котором были проанализированы 357 сделок по слиянию и приобретению, выявило следующую картину: поведение молодых директоров компаний было более наступательным, они стремились к приобретению других компаний и одновременно активно защищались, когда речь шла о приобретении их компаний. Молодые акулы бизнеса яростно стараются защитить свою территорию и в то же время расширить границы своей империи.

Представьте, что некий человек должен разделить с вами $40 и делает вам предложение. Если вы принимаете его, каждый из вас уносит домой оговоренную сумму. Но если вы отказываетесь от предложения, ни один из вас не получает ничего. Если этот человек предложит вам только $5 из 40, согласитесь ли вы?

Изучая ответы на этот вопрос, ученые обнаружили, что решения мужчин зависели от уровня тестостерона в их крови. Из тех, уровень гормона у которых был ниже среднего, 93% приняли предложение, с удовольствием взяв себе $5 и оставив партнеру $35. Но из мужчин с уровнем тестостерона выше среднего почти половина — 45% — отказались от предложения, предпочитая не получить ничего, нежели потерять лицо в результате неравной сделки. А из испытуемых с самым высоким уровнем тестостерона 71% мужчин наотрез отказались от предложения столь малой суммы.

Поскольку молодые люди более беззаботны и склонны к риску, многие из них хотят поймать удачу, выбирая рискованные занятия, такие как ловля рыбы в жестоких условиях Аляски, валка гигантских деревьев с помощью простой бензопилы или начало собственного дела. Но даже если молодые индивидуумы и склонны к испытанию судьбы, делает ли это их более успешными предпринимателями? Судя по всему, ответом здесь будет «нет». Поскольку для молодежи характерны самоослепление близоруким оптимизмом и достаточно наивное восприятие действительности, часто идя ва-банк, отдельные ее представители могут добиться успеха. Но гораздо большее число молодых людей терпит неудачу.

Опрос 549 успешных предпринимателей показал, что те, кто достиг многого, в среднем были старше и опытнее, когда начинали свое дело, которое в конце концов стало успешным.

Разумеется, зачастую успеху предшествовали неудачи и падения, особенно в тех случаях, когда рискованные предприятия начинались молодыми людьми.

Так как старшие индивидуумы проявляют большую мудрость при принятии решений, они менее склонны с ходу бросаться в рискованные сделки.

Быстрая стратегия против медленной

Представьте себя одним из пяти летних детей, которых собрали в Стэнфордском университете для участия в классическом эксперименте. Пока вы ожидаете в комнате, где ничто вас не отвлекает, вам предлагают полакомиться вкусной пастилой, которая соблазнительно разложена на подносе прямо перед вами. Вам разрешают съесть одну пастилку, но сообщают, что, если вы немного подождете, вам позволят съесть две пастилки. Что бы вы выбрали?

После того как исследователь покидал комнату, за каждым ребенком наблюдали через зеркальное стекло. Кто-то тут же съедал лакомство, а кто-то пытался сопротивляться искушению. Ученые видели, что некоторые из таких детей «закрывали глаза руками или отворачивались от подноса с угощением, чтобы не видеть его».

Другие начинали пинать стол или дергать себя за косички. А один ребенок даже стал «поглаживать пастилу рукой, будто это было какое-то маленькое животное».

Эксперимент с пастилой проверял человеческую способность откладывать вознаграждение. Через 10 лет, когда дети — участники эксперимента уже превратились в подростков, оказалось, что те, кто сопротивлялся искушению, по оценке родителей и педагогов, были лучше развиты. А еще через несколько лет они же получили более высокие оценки в ходе академических оценочных тестов. Посыл здесь простой: быть импульсивным — плохо, уметь откладывать вознаграждение — хорошо.

Но всегда ли откладывание вознаграждения является правильным? И могут ли импульсивные действия иногда быть предпочтительнее? Теория жизненных циклов предполагает, что в тесте с пастилой кое-что спрятано от поверхностного взгляда.

До сих пор мы говорили о том, каким образом основные приоритеты человека меняются на протяжении его жизни. Но теория жизненных циклов подчеркивает, что между людьми, живущими по разным стратегиям, есть существенное различие. Например, хотя практически все мы проходим через брачный этап, даже в этой фазе есть люди, смотрящие вперед, а есть те, кто живет сегодняшним днем. И как мы впоследствии узнаем,

импульсивность, оказывается, представляет собой лучшую тактику поведения.

Высокие риски без вознаграждения

Рой Отеро работает в Нью-Йорке смотрителем здания по адресу 106 Ист 85-я улица. В прошлом автомеханик с веселым характером, он следует необычной инвестиционной стратегии. Еженедельно мужчина «инвестирует» от $500 до $700 в лотерею. Он делает ставки дважды в день — первый раз в 11 утра, второй — после обеда. Его ставки находятся в пределах $10-20, а сочетания цифр он либо придумывает, либо берет из встречающихся ему за день чисел. Часто для ставок он использует цифры из номеров припаркованных у здания или проезжающих мимо автомобилей.

Отеро абсолютно уверен в своей инвестиционной стратегии — настолько, что он тратит на лотерею круглую сумму $30 тыс. в год. В 2008 году приятель Отеро Ричи Рандаззо, швейцар в здании напротив, выиграл $5 млн в игре «Ставка больше чем жизнь», в которой люди использовали случайные цифры.

44-летний Рандаззо сразу зажил на широкую ногу, начав встречаться с длинноногой шведской моделью 23 лет от роду (позднее она была обвинена в организации проституции в ночном клубе «Жаркие колени», который принадлежал скандально известному предпринимателю Познеру по прозвищу Большой Папаша Лу). Но сам Отеро пока не вернул свои поражающие воображение инвестиции. До сих пор он выиграл только три раза, заработав $1000 на случайном наборе цифр и $2000 в игре «Набери две пятерки» (в ней он выиграл дважды). Но и эти выигрыши он реинвестировал в лотерею. «Неважно, сколько я получаю денег в выигрыше, — говорит Отеро. — Я всегда отношу их назад».

Почему Отеро проигрывает деньги, вместо того чтобы их копить? Оказывается, он не одинок в энтузиазме по отношению к лотерее. Джон Карлсон, пресс-секретарь Государственной лотереи Нью-Йорка, отмечает, что 75% всех ньюйоркцев хотя бы раз играли в лотерею, а каждый средний участник нью-йоркской лотереи тратит на ставки $350 в год. Более интригующим является тот факт, что за прошлое десятилетие лотерея привлекла больше участников, чем раньше. Хотя потребительские расходы в целом уменьшились сразу же после трагедии 11 сентября 2001 года, с каждым последующим годом расходы горожан на участие в лотерее Нью-Йорка постоянно росли. Являются ли миллионы людей не очень умными либо просто иррациональными или, может быть, поведение Отеро все же направляется какой-то скрытой логикой?

В центре этой проблемы стоит вопрос о наиболее подходящей стратегии в инвестировании денег. Хотя их вложение в финансовые инструменты сопряжено с множеством условностей и запутано, на самом деле имеется всего два вида финансовой стратегии. Один из них предполагает высокие риски и высокие дивиденды. Например, вы можете купить акции недавно созданной компании, сыграть в венчурного капиталиста, раскопав когда-то бредовую идею вашего друга по университету, или вложить деньги в разработку новых месторождений алмазов в какой-нибудь далекой стране. Если хотя бы одно из этих предприятий будет успешным, вы, скорее всего, станете богатым, возможно, настолько богатым, что будете в состоянии купить себе «Кадиллак» с золотыми колпаками или даже яхту, а затем удалиться от дел.

Рой Отеро явно нацелен на стратегию высоких дивидендов. Потому что трата денег на лотерею не слишком отличается от покупки рисковых акций. Если вы выиграете, как получивший 5 млн щвейцар Рандаззо, то обеспечите себе жизнь.

Главный момент стратегии высоких дивидендов заключается в том, что вы получаете не только значительные, но и немедленные результаты. Вам не нужно дожидаться, пока вы, наконец, сможете прокатиться на шестиметровой яхте со своими приятелями из Американской ассоциации пенсионеров, — вы прямо сейчас купите себе роскошную океанскую яхту и отправитесь на ней в кругосветное путешествие.

Однако эта прекрасная стратегия содержит в себе еще один важный момент — высокий риск. Велики шансы того, что вы не получите никаких денег, более того — вы можете

потерять все. Вполне вероятно, что новые предприятия, в которые вы вложили деньги, потерпят крах, когда лопнет очередной биржевой пузырь, идея вашего университетского друга окажется, как вы и подозревали, бредом, а вроде бы гарантированные вложения в самое большое месторождение алмазов в далекой стране на самом деле принесут только обломки скалистых пород и грязь.

Стремление Роя Отеро получить большое и быстрое вознаграждение пока не очень-то окупило его вложения в размере $30 тыс. в год, большая часть из которых превратилась в невольный подарок Департаменту по налогам и финансам города Нью-Йорка.

Если вам не нравится идея потерять все ваши накопления, вы можете воспользоваться альтернативной инвестиционной стратегией — безопасной и скучной. Данная стратегия предполагает размещение ваших денег на банковских депозитах или приобретение на них некоторого количества облигаций. Хотя это и не так захватывающе, вы можете ежегодно получать какой-то процент. Давайте представим, что ваш доход составил 4% годовых. Эти 4% — не слишком высокие дивиденды, но они значительно больше потери 80% денег каждый раз, когда вы покупаете лотерейный билет. Безопасная инвестиционная стратегия позволит вам задействовать мощный эффект капитализации процента. Если Рой Отеро положит свои ежегодные $30 тыс. на депозит под 4% годовых, за 10 лет он получит $419 тыс., за 20 — около 1 млн. Конечно, Отеро придется подождать 20 лет, пока такие деньги попадут к нему в руки.

Итак, какая же из стратегий лучше: по-крупному рисковать в надежде получить высокие дивиденды сейчас или действовать медленно и осторожно в расчете на отдачу позднее?

Для всех вас, имеющих высшее образование и читающих книги о рациональных животных, почти наверняка покажется более умным не поддаться искушению легкого, но негарантированного большого выигрыша, сдержав свои импульсы и отложив вознаграждение на потом.

В конце концов в гонке побеждает не быстрый, а уверенно двигающийся вперед участник, не так ли? Именно поэтому наши родители хотят, чтобы мы получили образование в практической сфере, например в области бухучета, и нашли себе стабильную работу, а не бросили школу ради того, чтобы затеять рискованное дело или стать рок-музыкантом.

Но ответ на вопрос, какая из инвестиционных стратегий лучше, не такой простой и очевидный. По сути, он связан со стратегией наших жизненных циклов, которые мы обсуждали ранее.

Спрашивать о том, как лучше инвестировать ваши деньги, все равно что спрашивать о том, что лучше: жить в соответствии с быстрой или медленной стратегией жизненного цикла.

Ответ здесь может быть один: «Все зависит от обстоятельств» (и мы поговорим об этом позднее). А когда дело касается людей, то эволюционная точка зрения предполагает, что некоторым лучше бежать в полную силу, чем тащиться медленно и с постоянной скоростью.

Быстрые и медленные люди

Вспомните, что некоторые животные, например тенреки, живут по быстрой стратегии жизненных циклов (вкладывая мало энергии в соматические усилия и вместо этого концентрируясь на репродуктивных), тогда как другие, в частности слоны, следуют медленной стратегии (затрачивая много энергии на соматические усилия и откладывая репродукцию). Теория жизненных циклов подчеркивает, что ни одна из стратегий не является по определению лучшей. Напротив, каждая из них эволюционно подходит для различных условий.

Быстрая стратегия больше соответствует опасным и непредсказуемым

условиям жизни животных, таких как тенреки, существование которых изменчиво и неопределенно.

Тенреки должны не только постоянно искать себе пропитание в засушливых пустынях Мадагаскара, но и все время остерегаться хищников, поджидающих вкусный ужин за каждым кустом. Для живых существ, обитающих в опасном и непредсказуемом мире, развитие по быстрой стратегии жизненных циклов является необходимостью. Если они отложат репродуктивные усилия, то вообще не смогут воспроизвестись. Тенрекам нельзя накапливать средства на банковском счете, потому что их может уже не быть в живых, чтобы потратить эти накопления.

Медленная стратегия, напротив, подходит для более безопасных и предсказуемых условий жизни.

В отличие от тенреков, слоны питаются растительной пищей, находящейся непосредственно в ареале их обитания, а внушительные размеры и мощь служат защитой от большинства хищников. Адекватной для слонов является стратегия относительно медленного развития и познания окружающего мира. Позволяя себе роскошь постоянно увеличивать свой соматический банковский счет, слоны вкладывают энергию преимущественно в соматические усилия, становясь в будущем более конкурентоспособными в качестве брачных партнеров и в конечном счете более заботливыми родителями.

Но есть еще кое-что интересное. Различия в стратегии жизненных циклов имеются не только среди разных видов животного мира. Внутри одного и того же вида отдельные животные могут использовать ту или иную стратегию. Некоторые слоны и тенреки приступают к репродукции раньше, другие животные этих видов начинают размножаться позднее. Это же относится и к людям. Хотя по сравнению с другими видами человек подходит к репродукции относительно медленно, есть люди, рано заводящие семьи, а есть те, кто начинает семейную жизнь позже. Например, в Соединенных Штатах, где средний возраст впервые рожающей женщины составляет 25 лет, 1/5 детей рождается у матерей младше 20 лет, а 1/10 — у матерей, чей возраст превышает 35 лет. Некоторые люди задумываются о ребенке раньше, другие позже. При ближайшем рассмотрении эти различия не являются просто случайными вариациями того, удается женщине забеременеть или нет. Напротив,

быстрая и медленная стратегии связаны в первую очередь со значительными различиями в психологических складах людей и их подходах ко всему, начиная от семьи и секса и заканчивая деньгами.

Люди, живущие по медленной стратегии, расцветают поздно. Они медленнее развиваются, медленнее созревают в половом отношении и биологически стареют тоже медленнее. Они позже начинают заниматься сексом и имеют меньшее количество сексуальных партнеров, предпочитая моногамные отношения. Эти люди склонны иметь меньшее количество детей, заводить их позднее и вступать в брак после их появления.

С ними резко контрастируют люди, живущие по быстрой стратегии жизненных циклов. Они быстрее развиваются, созревают в половом отношении и биологически стареют (если вы когда-либо бывали на вечерах встреч выпускников, то наверняка заметили, что некоторые из них выглядят значительно старше других, хотя все они приблизительно одного возраста). Быстрая стратегия обычно вызывает преждевременную сексуальность, когда люди рано начинают заниматься сексом и имеют больше сексуальных партнеров как в молодости, так и в зрелом возрасте. Активная сексуальная жизнь, как правило, приводит к раннему появлению детей и большему их количеству. Люди, развивающиеся по быстрой стратегии, чаще становятся одинокими родителями либо из-за того, что не желают создавать семью,

либо из-за разводов. Зачастую это является результатом влечения к другим таким же особям, которые быстрее переключаются на новых брачных партнеров.

Люди, живущие по быстрой и медленной стратегиям, имеют и разные личностные характеристики.

Если последние планируют все на длительную перспективу, откладывая немедленное вознаграждение, чтобы увеличить конечный результат, то представители первой категории относятся к разряду оппортунистов, преследующих близкие цели в расчете на моментальную выгоду и не принимающих во внимание отдаленные последствия.

Осторожные и расчетливые, не торопясь, занимают ряд с медленным движением, тогда как бесшабашные, сексуально озабоченные и недальновидные несутся вперед по быстрой полосе. Как заявлял известный философ-песенник Эм Си Хаммер во время своего стремительного взлета к славе и богатству: «U Can't Touch This!».

Взращенные для бега

Почему одни люди живут по быстрой стратегии, а другие — по медленной? Частично это зависит от генов, унаследованных от родителей. Но другим важным фактором являются окружающие нас условия. В особенности

жизненные стратегии зависят от тех условий, в которых прошло наше детство.

Психологи, занимающиеся развитием личности, Брюс Эллис и Джей Белски обнаружили, что решающее значение для определения стратегии жизненных циклов отдельного индивидуума имеют условия, которые окружали его в детстве.

Первое — стратегия становится более быстрой, если ребенок растет в опасном окружении — местах, где распространено насилие и много болезней.

Исследования, проведенные в 170 странах мира, выявили тот факт, что детская смертность тесно связана с возрастом впервые рожающей женщины. Чем ниже возраст женщины, тем выше детская смертность. Например, в Нигере, имеющем 14-й в мире показатель детской смертности, более 50% женщин рожают первого ребенка к 18 годам. А во Вьетнаме, где показатель детской смертности низкий (165-е место в мире), только 3% женщин рожают первого ребенка к 18-летнему возрасту.

Исследования, проведенные в городе Чикаго и его окрестностях показали, что в 10 районах с наивысшей продолжительностью жизни средний возраст впервые рожающей матери составляет 27,3 года, тогда как в 10 районах с наименьшей продолжительностью жизни этот возраст — 22,6 года. Стратегия жизненных циклов зависит не просто от общего состояния преступности. Изучив статистику по 373 округам по всей Америке, мы установили, что более ранний возраст первых родов тесно связан с высоким уровнем опасных преступлений против личности (убийств, нападений, изнасилований), но не с преступлениями против собственности (кражами, угонами автомобилей, грабежами). Такая же связь прослеживалась в вопросе доходов населения в этих округах.

Второй фактор, ускоряющий стратегию жизненных циклов, заключается в том, что ребенок воспитывается в быстро меняющихся условиях.

Это могут быть частые переезды с места на место, непредсказуемые доходы семьи или частая смена лиц, проживающих в семье.

Например, у девочек из семей, где нет постоянного отца, половое созревание начинается быстро. Менструации у них наступают в среднем на девять месяцев раньше, чем у девочек из семей, где есть постоянно проживающий отец. Более раннее появление менструаций является видимым признаком быстрой стратегии развития. Точно так же наличие в детстве нестабильных и часто непредсказуемых отношений с матерью-одиночкой обычно связано с ранними признаками начала полового созревания.

Как и в случае опасного окружения, влияние на личность постоянно меняющихся и непредсказуемых условий детства остается весьма сильным, даже когда ученые сравнивают этот фактор с социально-экономическим статусом и генетическими предрасположенностями, например возрастом матери, в котором у нее появились менструации.

Для людей, обитающих в опасной или непредсказуемой среде, как и для тенреков, следование быстрой стратегии является более адекватным с эволюционной точки зрения. Такая среда обитания определяет не только меньшую продолжительность жизни, но и неуверенность в источниках ресурсов (или вообще в возможности их получения). Быстрая стратегия подразумевает немедленное получение и использование вознаграждения. Это подходит для опасных и непредсказуемых условий, поскольку вы не знаете, останетесь ли в живых, чтобы воспользоваться капитализированным процентом по долгосрочным инвестициям. По этой же причине вложение времени и энергии в получение навыков и знаний (например, университетского образования) с эволюционной точки зрения имеет смысл только в том случае, если человек собирается пожить на этом свете. Если же нет, то эволюционного успеха можно быстрее достигнуть, сэкономив время, энергию и затраты на образование и взамен направив эти ресурсы на решение задач, которые предполагают более быструю эволюционную отдачу, например задач репродукции.

Условия нашей жизни в детстве являются своего рода ориентирами того, чего мы можем ожидать от себя в зрелом возрасте.

Джефф Симпсон, Влад и их коллеги изучали вопрос о том, какие именно стороны детства больше всего определяют следование по линии быстрой стратегии во взрослом состоянии. Они установили, что воспитание в нестабильных условиях в дошкольном возрасте является сильнейшим фактором, влияющим на заведение человеком в дальнейшем большего числа сексуальных партнеров, его агрессивное поведение и знакомство с законом в раннем возрасте, а также наличие уголовных судимостей в зрелости.

Важность первых пяти лет жизни состоит в том, что, хотя детский мозг не в состоянии сознательно анализировать события вокруг нас, он тем не менее кодирует все, что происходит рядом. Если вы воспитываетесь в условиях, в которых сложно избежать насилия, и неизвестно, что принесет вам грядущий день, вы считаете необходимым взять максимум от дня нынешнего. И если доступ к ресурсам непредсказуем, подходы типа «бери, пока дают», возможно, являются вполне адекватными с точки зрения эволюции.

То, что многие быстро живущие люди имели трудное детство, не является простым совпадением. Эм Си Хаммер, Майк Тайсон и Ларри Кинг жили быстро. И все они выросли в бедности и неблагополучном окружении (соответственно в муниципальных домах Ист Окленда и суровых районов Бруклина — Бедфорд-Стайвесант и Бенсонхёрст). Они воспитывались в семьях, где матери остались одни после того, как их отцы либо бросили семью, либо умерли. И каждый из троих должен был изыскивать пути, чтобы самостоятельно получить необходимое (Тайсон подвергался задержаниям 38 раз к тому времени, как ему исполнилось тринадцать).

Эти трудные и изменчивые условия раннего детства настраивают мозг на задействование быстрой стратегии, которая наиболее адекватна с точки зрения эволюционного успеха, когда человеку предстоит сложная, грубая и короткая жизнь. Если посмотреть на проблему через призму эволюции, то становится понятно, почему все три упомянутых выше персонажа начали тратить пролившийся на них золотой дождь, как только

деньги впервые попали на их банковские счета. Мозг этих людей был настроен на быструю жизнь, поскольку они не знали, что их ждет завтра. Большинство выигрывающих в лотерею людей не только имеют бедное и нестабильное прошлое, но еще и теряют свои состояния в течение нескольких лет. Напротив, воспитание в безопасных, неизменных и предсказуемых условиях настраивает мозг на медленную стратегию. Если вы знаете, что вас ждет впереди, а также рассчитываете на долгую жизнь и возможность насладиться плодами труда, то вам выгоднее двигаться по жизни медленно и равномерно.

Давайте вспомним приводившийся ранее тест с пастилой, в котором детям нужно было решить: съесть одну пастилку прямо сейчас или две немного позже. Какой вариант лучше? С точки зрения теории жизненных циклов правильность выбора в пользу ожидания зависит от характера вашего окружения, то есть от того, живете вы в предсказуемом или непредсказуемом мире.

Ученые из Рочестерского университета (частный исследовательский университет, расположенный в штате Нью-Йорк) недавно повторили тест с пастилой, только теперь они обратили внимание на то, каково было окружение отобранных детей — предсказуемое или непредсказуемое. Перед тем как объяснить ребенку условия эксперимента, исследователь показывал ему несколько цветных мелков и обещал, что если малыш немного подождет, ему принесут большой набор предметов для художественного творчества. В одних случаях ученый возвращался с обещанным набором. Но в других приходил ни с чем, сказав ребенку, что ошибся и пока наборов нет. Затем в обеих ситуациях детям предлагали стандартные условия теста с пастилой. Исследователи фиксировали, как долго каждый из испытуемых держался — сидел перед лакомством и смотрел на него, прежде чем съесть.

В тех случаях, когда ребенок воспитывался надежным человеком в предсказуемых условиях, он ждал в среднем 12 минут, перед тем как приступить к угощению. Но если ребенок имел ненадежного воспитателя и жил в непредсказуемых условиях, он хватал пастилу всего через три минуты. Способность детей откладывать вознаграждение — это не что-то, высеченное на камне. Их мозг регулирует внутренние порывы в зависимости от ситуации, точно так же, как условия воспитания человека в детстве обусловливают следование им по той или иной стратегии жизненных циклов во взрослом состоянии.

Выиграй, потерпи крах или сгори

Итак, всегда ли мудро откладывать вознаграждение и двигаться вперед медленно и равномерно? Или, может, разумнее взять на себя большой риск в надежде получить выигрыш прямо сейчас? С эволюционной точки зрения ответ зависит от того, живет ли человек по быстрой или медленной стратегии жизненных циклов.

Если бы жизнь развивалась по законам спортивного состязания, то люди быстрых и медленных стратегий участвовали бы в совершенно разных видах гонок. Вторые — это участники марафонских дистанций. Их отличительной чертой является малая степень отклонения от нормы. Это значит, что немногие из них станут миллионерами, но и немногие закончат банкротами. Кроме того, их характеризует малый уровень вариабельности (непостоянства). Большинство людей медленной стратегии позиционируют себя где-то посередине — с хорошей и постоянной работой, возможно, с белым пикетным забором вокруг дома и небольшим уютным гнездышком. Эти люди являются становым хребтом любого общества. Среди них много учителей, администраторов, медицинских сестер, менеджеров среднего звена и бухгалтеров. Это не те свободно плывущие по жизни персонажи, которые разбрасываются деньгами или имеют огромные долги. Люди медленной стратегии живут по средствам и надеются дожить до пенсии, чтобы насладиться плодами собственного труда до того, как они пересекут финишную черту своего долгого пути.

Напротив, люди, живущие по линии быстрой стратегии, несутся вперед, как на спринтерской дистанции. Они должны быстро двигаться и высоко прыгать, чтобы преодолеть множество препятствий, которые могут сбить их с ног. Определяющей чертой

таких людей является высокая степень отклонения от нормы. В сравнении с людьми вышеописанного типа, или медленными стратегами, быстрые стратеги нередко поднимаются из низов, чтобы стать миллионерами и потрясателями основ. Это мечтательные художники, представители шоу-бизнеса и предприниматели, как легальные, так и нелегальные. Благодаря бесстрашной предприимчивости, маниакальному тяжелому труду и большому везению некоторые представители этого типа — Эм Си Хаммер, Ларри Кинг и Майк Тайсон — выбились наверх. Тем не менее, если даже несколько людей, живущих по быстрой стратегии, ненадолго ощутят вкус успеха, гораздо большее их число потерпит крах и сгорит. Те же бесшабашность и недальновидность, которые помогают отдельным представителям этого типа подняться над другими, приводят их к долгам, тяжелому пристрастию к наркотикам, а то и в тюрьму (например, Майк Тайсон был осужден за изнасилование, а Ларри Кинг подвергался аресту за крупное хищение).

Некоторым быстрым стратегам даже не удается прожить достаточно долго, чтобы успеть потратить свои легко добытые состояния или попасть в тюрьму. Это происходит потому, что жизнь по быстрому жизненному циклу изначально опасна.

Те качества, которые создают великих предпринимателей, мечтательных художников и привлекающих всеобщее внимание шоуменов, одновременно могут повлечь серьезные проблемы со здоровьем и трагические происшествия.

По меньшей мере 53 успешные рок-звезды принадлежат к печально известному «клубу 27». Так называют знаменитых рокеров, которые быстро жили, много развлекались и умерли в возрасте 27 лет. Среди них певица и композитор с хрипловатым голосом Дженис Джоплин (передозировка наркотиков), легенда гитары и наркоман Джимми Хендрикс (смешивал алкоголь с барбитуратами), поэт целого поколения и солист группы «Доре» Джим Моррисон (остановка сердца в результате передозировки наркотиков), первый клавишник группы «Грейтфул Дед» Рон Маккернан (желудочное кровотечение на фоне тяжелого алкоголизма), разносторонняя певица Эми Уайнхаус (алкогольная интоксикация) и первый гитарист группы «Роллинг Стоунз» Брайан Джонс (обнаружен на дне бассейна, при этом акт судмедэксперта исключил «случайную» причину смерти).

В то время как средняя продолжительность жизни в Америке составляет 75,8 года, одно неофициальное изучение жизни 321 рок-звезды установило, что в среднем они умирали в 36,9 года. Разумеется, не все звезды умирают рано. Когда солист американской глэм-металл-группы «Мотли Крю» и участник британской рок-группы «Доктор Торч» Винс Нил в 1984 году потерпел автоаварию на своей экзотической спортивной машине «Де Томазо Пантера», управляя ею в состоянии алкогольного опьянения, он выжил, но при этом погиб его пассажир Николас Динли. Нил умудрился прожить еще достаточно долго, успев объявить себя банкротом в 2005 году, хотя его пластинки и разошлись тиражом 80 млн экземпляров.

Даже если вы не являетесь рок-звездой и не ходите по лезвию бритвы, стремление к быстрой или медленной стратегии жизни глубоко встроено в вашу психику. Изучение животных показало, что такие склонности, заложенные в мозг еще у детенышей, скорее всего, проявятся во время стрессов и состояния неопределенности.

Например, в эксперименте с макаками-боннет было установлено, что взрослые особи реагируют на стрессовые ситуации весьма по-разному, в зависимости от условий, окружавших их в детстве. После рождения детенышей обезьян ученые помещали их в различную среду обитания. Одни росли в стабильных и предсказуемых условиях (их матери могли каждый раз получать пищу в одном и том же месте по предсказуемому сценарию). Другие были помещены в изменяющиеся условия (ученые постоянно меняли места, где матери макак могли получать пищу; таким образом, обезьяны не знали заранее, где, как и когда они получат еду). В дальнейшем макаки подвергались стрессу уже как взрослые особи. Обезьяны, которые выросли в стабильных и предсказуемых условиях, лучше справлялись со стрессовыми ситуациями и искали пути выхода из них. Те же, кто рос в непостоянных и

нестабильных условиях, проявляли признаки паники.

Исследования в лаборатории Влада выявили наличие тех же закономерностей и у людей. В ходе экспериментов одним людям вначале давали прочесть вызывающие стресс газетные статьи — пугающие новости об экономическом спаде и росте количества убийств. Другая группа читала спокойные статьи, не предполагающие возникновения стресса. Затем всем участникам исследования было предложено сделать выбор между возможностями пойти на определенный риск или отсрочить получение вознаграждения. Например, людям нужно было выбрать один из двух вариантов: получить определенную сумму денег наверняка или сыграть в лотерею в надежде на гораздо более крупный выигрыш (лучше получить $20 сразу или сыграть на $40 с 50% -ной вероятностью выигрыша?). Другие вопросы ставили перед испытуемыми дилемму: получить небольшую сумму завтра или намного большую — через год (лучше получить $25 завтра или $60 через год?).

Когда люди читали успокаивающие статьи, их выбор никак не определялся теми условиями, в которых они воспитывались в детстве. Но вызывающие стресс статьи продуцировали иную реакцию, которая зависела от условий жизни в детстве. Люди, выросшие в более предсказуемых условиях (критерием здесь был достаток в семьях), в ответах выбирали медленную стратегию, избегая риска и откладывая вознаграждение на потом. В стрессовой ситуации люди, воспитывавшиеся в состоятельных семьях, склонялись в пользу спокойного и равномерного развития событий. И напротив, те, кто рос в менее предсказуемых условиях (в семьях с относительно низкими доходами), реагировали на стресс путем избрания быстрой стратегии, предпочитая риск и проявляя более высокий уровень импульсивности. Иными словами, люди, выросшие в условиях ограниченности ресурсов, были склонны к риску и проявлению большей нетерпеливости.

Как исследования на обезьянах, так и эксперименты с людьми показывают, что условия воспитания в детстве влияют на стратегию жизненных циклов. Хотя явные склонности к быстрой или медленной стратегии могут «спать» в человеке в относительно спокойные времена, они отчетливо обнаруживаются при возникновении стрессовых ситуаций.

Бежать все быстрее и быстрее

На первый взгляд поведение людей, живущих по быстрой стратегии, может показаться крайне иррациональным или даже глупым. Выбрасывание $30 тыс. в год на лотерейные билеты или $2 млн на одну-единственную ванну неразумно с точки зрения рационального экономиста. Тем не менее, как и многие другие загадочные явления, о которых рассказывает эта книга, импульсивное поведение может иметь под собой глубокое логическое основание, если посмотреть с точки зрения эволюционного психолога.

Давайте еще раз вернемся к примеру лотерейного инвестора Роя Отеро. Как и в случае с Эм Си Хаммером, поведение Отеро, скорее всего, корнями уходит в его детство. Отеро вырос в бедном Пуэрто-Рико, переезжал с места на место и в конце концов осел в весьма проблемном районе Нью-Йорка — Бронксе. Ко времени приезда в Нью-Йорк психологически Отеро уже был настроен на быструю стратегию жизненных циклов. Однако его стремления в полной мере не проявились, пока в Нью-Йорке не произошла страшная трагедия. Отеро был в городе и стал свидетелем ужасных событий 11 сентября 2001 года, которые со всей очевидностью напомнили о хрупкой природе нашей жизни в опасном и непредсказуемом мире. Примерно с того времени Отеро почувствовал неуверенность в далеких жизненных перспективах, стал проявлять нетерпеливость и начал активно тратить деньги на лотерею — наряду с миллионами других людей, которые способствовали росту лотерейных продаж после трагедии 11 сентября.

Являются ли Отеро и другие люди, подобные ему, неумными и иррациональными? Так может показаться многим его соседям, живущим по медленной стратегии. Один из них

назвал поведение Отеро сумасшествием: «У него накопились тонны ничего не стоящих билетов!» Но сам Отеро считает по-другому. Как он объяснил корреспонденту «Нью-Йорк Таймс»: «Работа для бедного необразованного человека — это игра для неудачников, где ты должен бежать все быстрее и быстрее, чтобы удержать свое место». С точки зрения людей, выросших в ожидании жизни в непостоянном и опасном мире, результатами медленной, рассчитанной на отдаленную перспективу стратегии можно никогда и не воспользоваться. Как говорит Отеро: «Если работа — это все, что у вас есть, то вы никогда ничего не выиграете». А для человека, живущего по быстрой стратегии, попробовать пойти на риск ради немедленного большого выигрыша лучше, чем никогда вообще не иметь шансов на удачу.

Теория жизненных циклов выдвигает на первый план тезис о том, что в жизни люди проходят через последовательность этапов развития, причем на каждом из них на авансцене появляются наши разные субличности.

Некоторые минуют эту последовательность медленнее, а некоторые, как Отеро, — быстрее. Что, по вашему мнению, станет делать Отеро, если он выиграет в лотерею? Приобретет роскошную яхту с золотым туалетом?

Далее мы расскажем, что вместо этого он вполне может удовольствоваться покупкой скромной «Тойоты-Приус», но вовсе не из-за ее экономичности.

Глава 7. Золотые «Порше» и зеленые павлины

Когда редакторы журнала *«Вестник потребителя»* готовят ежегодный список «Самые популярные товары», они, видимо, даже не думают о том, чтобы включить в него автомашину «Порше-Каррера Джи Ти». У этого автомобиля очень маленький багажник и только два места, у него ужасно большой расход топлива, и ремонт его страшно дорог. Если за $15 тыс. вы можете приобрести очень популярную у покупателей «Хонду-Сивик», у которой гораздо больше места в багажнике, лучше показатели расхода топлива и еще три пассажирских сиденья, то «Порше» будет стоить вам $480 тыс., не считая $ 14,800 за предпродажную подготовку и $5 тыс. за доставку. А если вы думаете, что все это звучит как чистое безумие, такая стандартная цена автомобиля не показалась высокой одному человеку — русскому, который заказал еще и покрытие машины 40 фунтами золота. Почему кто-то может захотеть выбросить такую уйму денег на спортивную машину, а затем потратить еще больше, чтобы утяжелить ее слоем драгоценного металла?

В опубликованной в 1899 году классической книге *«Теория праздного класса»* ее автор Торстейн Веблен ввел в оборот термин **«демонстративное потребление»** для обозначения склонности людей к приобретению и демонстрации дорогих вещей с целью произвести впечатление своим богатством и статусом.

Позолоченный «Порше» может казаться крайним примером такого явления, однако он бледнеет в сравнении с другими проявлениями экстравагантности. Размеры яхты греческого судовладельца Онассиса превышали футбольное поле. На ней имелся украшенный мозаикой танцпол, который мог трансформироваться таким образом, что на его месте появлялся бассейн. Барные стулья были обтянуты фантастически дорогим материалом, основу для которого составила кожа пенисов китов. И эта вакханалия продолжалась в ванной: все ручки в ней были сделаны из золота!

Демонстративное потребление — это явление, которое можно обнаружить не только в прослойке сверхбогачей. Тысячи молодых людей, ютящихся в бедных муниципальных домах, тратят последние доллары на кричащие ювелирные украшения или мокасины за $200. В одной популярной хип-хоп-песне рэперы гордо демонстрируют публике декоративные

зубные коронки и грилзы[16], посвятив значительную часть слов этого произведения описанию того, сколько денег они выбросили на эксклюзивные украшения своих зубов. Если «Порше-Каррера» может хотя бы доставить вас до нужного места, то украшенные бриллиантами грилзы более чем бесполезны. Они не только мешают при еде и не позволяют закрыть рот, но, как замечает один из рэперов, «носить их — все равно что жевать алюминиевую фольгу».

Почему же люди тратят деньги, которых у них по-настоящему нет, на вещи ненужные, но призванные произвести впечатление на кого-то, кого владельцы этих вещей на самом деле не любят или вовсе не знают? Здесь мы займемся изучением глубинных причин демонстративного потребления. Заглянув поглубже, мы откроем нечто очень важное:

мы часто не знаем, почему совершаем те или иные поступки.

Хотя мы и представляем себе некоторые поверхностные причины наших действий, глубоко запрятанные эволюционные мотивы остаются для нас недоступными, будучи похороненными подсознательной работой унаследованных из древности механизмов нашего мозга.

> **Задавая вопрос, почему некоторые люди разбрасываются деньгами, мы вряд ли легко докопаемся до стоящих за их поступками эволюционных причин. Но зная, куда нужно смотреть, мы можем увидеть, что руководят этими действиями наши субличности.**

Почему мы выбрасываем деньги на ветер?

Многочисленная литература по демонстративному потреблению рисует в целом следующую картину: это явление расцвело пышным цветом в Америке и связано с идеями материализма, которые усиленно распространяют американские средства массовой информации.

Американское телевидение, кинофильмы и печатная продукция показывают привлекательных и быстро живущих людей, демонстрирующих сверхизобилие принадлежащих им материальных ценностей. Упакованные в дизайнерскую одежду и украшенные сверкающими драгоценностями, эти люди выезжают на своих спортивных машинах последней модели из стоящих прямо на берегу океана роскошных особняков и направляются в шикарные городские рестораны, где встречаются с такими же гламурными представителями богемы. Человеку достаточно включить телевизор или зайти в ближайший кинотеатр, чтобы увидеть бесчисленные свидетельства, соответствующие пропаганде материализма и потребления, осуществляемой средствами массовой информации.

> **Социологи указывают на то, что этот вид западного материализма не только вездесущ, но еще и вреден, поскольку заставляет людей недооценивать значение личных отношений, ощущать снижение удовлетворенности своими доходами и меньше уделять внимания благотворительности в жадной погоне за богатством, более просторными домами и дорогими автомобилями.**

Хуже того, гламурные картинки и персонажи навязывают бедным людям идею о забвении жизненных необходимостей в угоду приобретения предметов легкомысленной роскоши даже на последние деньги или в кредит.

Американская культура, без сомнения, материалистична до крайности. Но является ли

[16] Украшения для зубов. — *Примеч.ред.*

это первопричиной демонстративного потребления? Если посмотреть на эту проблему более пристально, то окажется, что объяснение всего только материализмом вызывает определенные вопросы. Те же проявления излишнего увлечения показной стороной жизни характерны и для других обществ, хотя в Америке они действительно слишком заметны. Повсюду — от Аргентины до Занзибара — люди выставляют напоказ свое богатство. По существу, развивая свою теорию демонстративного потребления еще более века назад, Торстейн Веблен уже замечал, что люди по всему миру на протяжении всей истории своего существования демонстрировали роскошь, которой владели.

Фараоны Древнего Египта, как мы знаем, никогда не видели ни одного эпизода из реалити-шоу телеканала MTV «Крибс», однако они широко демонстрировали свое богатство, воплощенное в золотых тронах, произведениях искусства и пирамидах. И задолго по появления журнала «Лучшие дома и сады» властители инков жили в роскошных дворцах, окруженные золотом. Индийские магараджи тоже строили экстравагантные и нарочито богатые дворцы на огромных земельных участках, где они держали редких экзотических животных.

Выставление богатства напоказ имело место и в феодальной Европе, императорском Китае и Древней Японии, где состоятельные аристократы строили огромные замки, наполненные золотом, ювелирными украшениями и произведениями искусства. Эти излишества были характерны не только для великих исторических цивилизаций. Даже среди менее развитых сообществ людей, живущих где-нибудь в самых дальних уголках Меланезии, Исландии и Амазонии, те, кто владеет какими-то ценностями, демонстрируют их другим.

Прежде чем указывать на современную западную культуру как главную причину демонстративного потребления, следует вспомнить, что антропологи и историки нашли свидетельства демонстративных проявлений состоятельности, которые встречались на протяжении тысячелетий в любом уголке нашей планеты.

Итак, если мы не можем возложить всю ответственность за демонстративное потребление на американскую культуру, то кто же тогда виноват в этом явлении? Еще одно объяснение исходит от наших друзей-экономистов. Как полагает Джанни де Фраджа, экономист из британского Университета Лестера:

> **«Демонстративное потребление само по себе увеличивает полезность товара или услуги».**

Однако тут же де Фраджа замечает, что тезис о происхождении демонстративного потребления из желания увеличить «полезность» совершенно неудовлетворителен и неполон. Конечно, мы заплатим хорошие деньги за вещи, которые, по нашим ожиданиям, принесут нам определенное удовлетворение, и не заплатим за другие вещи.

Но мы должны понять, почему люди думают, что некоторые очень заметные вещи принесут им удовлетворение, а другие — нет. Почему люди готовы обменять свои потребности в пище, убежище и охране здоровья на обладание роскошными вещами, которые могут не иметь никакой ценности с точки зрения обеспечения выживания?

Экономистов никогда особенно не занимал вопрос о корнях наших предпочтений. Они обычно игнорируют и вопрос о том, почему мы хотим иметь одни вещи в противоположность другим. Но без лучшего понимания того, что именно люди считают удовлетворяющим и почему, утверждение о том, что наш выбор происходит из желания максимизировать полезность, приводит нас в замкнутый круг. Как мы узнаем, что некий товар или услуга увеличивают полезность? Люди готовы за них платить. Почему люди готовы платить за некоторые вещи? Потому что эти вещи увеличивают полезность. Таким образом,

> **сведение всего к культуре потребления или к полезности товара не дает большой пользы для понимания глубинных причин нашего поведения.**

Теряем ли мы представление о причинах нашего поведения?

Один из самых рациональных способов узнать о том, чем мотивируются решения людей, — спросить об этом у них самих. После некоторого размышления они, возможно, расскажут об истинных причинах причуд с «Порше» или выбрасывания денег на инкрустированные бриллиантами грилзы.

Опросы людей об их потребностях и желаниях являются распространенной практикой. Многие компании организуют для этого фокус-группы (неформальные дискуссии в небольших группах под руководством опытного модератора), активно опрашивают людей и проводят специальные исследования, чтобы лучше понять интересы клиентов. При этом предполагается, что люди знают, почему они действуют так, а не иначе.

Этот тезис может казаться очень разумным, если не считать того, что множество тщательно проверенных научных экспериментов показывают: люди часто не имеют никакого представления о причинах своего поведения.

В ходе исследований испытуемые вроде бы достаточно подробно объясняют, почему они сделали тот или иной выбор. Но после тщательной проверки доказательств психологи Ричард Нисбетт и Тим Уилсон увидели, что люди немного переоценивают себя, «рассказывая больше, чем они могут знать». Мы просто не устроены так, чтобы осознавать все причины наших действий. Выявление этих скрытых факторов как раз представляет наибольшую сложность для определения глубинных мотивов нашего поведения.

Давайте подумаем над причинами того, что более 1 млн американцев купили «Тойоту-Приус», популярный гибрид, имеющий одновременно и бензиновый, и электрический моторы. Одним из наиболее заметных владельцев «Приуса» является ведущая звезда Голливуда Леонардо Ди Каприо, который достаточно давно провозгласил: «У меня есть “Тойота-Приус”. И это шаг в правильном направлении». Имея низкие показатели эмиссии, «Приус» выбрасывает в воздух меньше двуокиси углерода, чем обычные машины с двигателем внутреннего сгорания. Это важно для Ди Каприо и целого ряда других знаменитостей, среди которых актрисы Камерон Диаз и Джулия Робертс, актеры Вуди Харрельсон и Билл Махер, а также создатель комедийного сериала «Сайнфилд» Ларри Дэвид. Все они являются убежденными сторонниками борьбы за охрану окружающей среды. Ди Каприо имеет даже свой фонд, который пропагандирует важность вопросов защиты природы. Актер выступает за запрет использования акульих плавников в кулинарных целях в ресторанах Калифорнии, инициирует применение солнечной энергии для питания кинооборудования на съемочных площадках, например на съемках нашумевшего научно-фантастического триллера «Начало». В 2007 году Ди Каприо и бывший вице-президент США Альберт Гор даже приезжали на «Приусах» на церемонию награждения премиями Национальной киноакадемии.

Но все же, чтобы понять, по какой причине обычные люди желают приобрести «Приус», мы должны покинуть Голливудский бульвар и спросить у простых ребят, почему они покупают этот гибридный автомобиль. В 2007 году консультационная фирма «Топлайн Стрэтеджи Труп», занимающаяся изучением покупательского спроса на высокотехнологичную продукцию, в специальном проекте «Почему люди покупают “Приусы” на самом деле», задала владельцам автомобилей этой марки простой вопрос: «Каков ваш главный мотив в приобретении “Приуса”?» Ответы не оставили сомнений. Подавляющее большинство — 66% опрошенных — сказали, что они хотят приобрести «Приус» исходя из заботы об окружающей среде. Как и Леонардо Ди Каприо, основная масса потенциальных покупателей утверждают, что отдают предпочтение «Приусу», поскольку желают внести свой вклад в защиту экологии.

Однако является ли эта причина истинной? Влад и его коллеги, Джош Тайбур и Брам

Ван ден Берг, заподозрили, что здесь может действовать и другой фактор: тот, который имеет отношение к нашей статусной субличности. Вместо заботы о матери-природе не заботятся ли люди о самих себе, демонстрируя окружающим свою приверженность «зеленому» движению?

Чтобы проверить эту идею, исследователи попросили участников эксперимента сделать выбор между эксклюзивной бензиновой машиной и такой же по цене, но менее роскошной гибридной моделью. Например, людям предлагались два варианта «Хонды-Аккорд» , каждый из которых стоил $30 тыс. Бензиновая модель EX-L являлась лучшей в линейке, была оснащена мощным V-образным шестицилиндровым двигателем, укомплектована кожаными сиденьями и всеми другими опциями, какие только мог предложить производитель. Альтернативный вариант представлял собой гибридную модель той же «Хонды-Аккорд». Этот автомобиль был не такого уровня роскоши и мощности, как первый, но сзади на багажнике имел соблазнительную букву «Н» (гибрид), публично демонстрирующую озабоченность владельца проблемами окружающей среды.

Перед тем как предлагать испытуемым сделать выбор, ученые активизировали у половины из них статусную субличность. Для этого им дали прочитать небольшой рассказ, в результате чего они должны были представить себя прибывшими в первый день на новую престижную работу. Люди впечатлены роскошным лобби и хорошо продуманным дизайном офиса. И тут им говорят, что за престижный угловой кабинет с панорамным видом им придется конкурировать еще с несколькими претендентами. Так же, как это происходит при чтении биографии очень успешного человека, воображение воспламеняет наш ум, выдвигая на первый план статусную субличность и создавая подсознательное желание продвинуться вверх по служебной лестнице. После прочтения такого рассказа люди обычно делают выбор, который работал бы на их статус.

Исследование показало, что решение участников о выборе той или другой машины менялось, когда в дело вступала статусная субличность.

Без каких-либо статусных притязаний люди, как правило, отдавали предпочтение роскошному автомобилю с обычным мотором в противовес гибридной модели. Но когда начинало действовать наше внутреннее статусное Я, решение менялось. Более половины участников эксперимента, озабоченные статусными соображениями, выбрали гибридную машину. На самом деле те же статусные побудительные мотивы заставляют отдавать предпочтение и другим экологичным товарам, например сохраняющим окружающую среду посудомоечным машинам и заплечным рюкзакам, которые можно безопасно для экологии выбрасывать после использования.

Почему же статусные соображения толкали людей на то, чтобы пожертвовать комфортом в автомашине и сделать выбор в пользу экологии? Неужели наши субличности вдруг стали альтруистами и решили пойти на жертвы ради сохранения окружающей среды? Вовсе нет. Наоборот, второе исследование показало, что именно статусные мотивы направляли испытуемых в сторону «зеленого» решения.

Людям хотелось, чтобы их озабоченность проблемами экологии видели другие. Если бы соседи не заметили жертв в защиту планеты, состоявших в отказе от роскошных кожаных сидений и мощного шестицилиндрового двигателя HEMI в пользу бесцветного гибрида со стосильным мотором, то люди на это не пошли бы.

Изучение «показной озабоченности экологией» указывает на то, что явление «Приуса» иногда может представлять собой просто разновидность демонстративного потребления. Езда на «Приусе» — это рассчитанная на публику форма демонстрации озабоченности проблемами сохранения окружающей среды. Майкл Мардсен, декан факультета американского Университета Св. Норберта[17] и эксперт в области истории

[17] Расположен в городе Де Пер, штат Висконсин. — *Примеч. пер.*

автомобилестроения, поясняет, что ситуация с «Приусом» является классическим примером поведения покупателей машин. «Автомобильная культура всегда имела своим главным объектом статус. Вся автомобилестроительная отрасль построена на знаковых символах. С “Приусом” вы привлекаете к себе внимание». По существу, «Приус» — это плакат, наглядно рекламирующий экологическую озабоченность владельца.

Как и за всякую другую рекламу, за вашу передвижную рекламу тоже придется заплатить. «Приус» стоит примерно на $5-7 тыс. дороже обычного, но тоже достаточно экономичного автомобиля типа «Хонды-Сивик», который журнал «Вестник потребителя» называет хитом продаж. Разумно ли выбрасывать лишние $7 тыс. только для того, чтобы продемонстрировать заботу об окружающей среде? Судя по всему, ответ должен быть «да», но только при условии, что командует здесь статусная субличность. Экономисты Стив и Элисон Секстон обнаружили, что обладание автомобилями, не наносящими вред экологии, увеличивает круг общения людей и способствует расширению их деловых связей.

По оценке этих экспертов, в некоторых местностях, где защита экологии особенно популярна, например в городе Боулдер, штат Колорадо (одном из самых чистых городов США), этот шаг вверх по социальной лестнице вполне оправдывает трату лишних $7 тыс., которые составляют разницу в стоимости «Тойоты-Приус» и «Хонды-Сивик».

По последним данным, Леонардо Ди Каприо больше не ездит на «Приусе». Но не надо беспокоиться — он по-прежнему озабочен проблемами защиты окружающей среды. Это можно смело утверждать, поскольку недавно его видели на новой гибридной модели. Ди Каприо оказался первым человеком в мире, который приобрел эксклюзивный «Фискер-Карма», мощный спортивный гибрид стоимостью $116 тыс. Уж он-то привлечет значительно больше внимания, чем «Приус». Видимо, трата более $100 тыс. на автомашину должна быть действительно полезна для окружающей среды, поскольку вторым человеком в списке заказавших этот автомобиль числится Альберт Гор, который вместе с Ди Каприо участвовал однажды в церемонии награждения премиями Национальной киноакадемии.

К сожалению, мы подозреваем, что Альберту и Леонардо вскоре придется искать новый автомобиль. «Фискер-Карма» вряд ли займет место в списке хитов продаж. Когда редакция «Вестника потребителя» приобрела этот автомобиль и осуществляла его обкатку, он заглох и больше не заводился. «Мы приобретаем примерно 80 автомобилей разных марок в год, — заявили сотрудники редакции. — И это первый случай на нашей памяти, когда только что приобретенная машина сломалась еще до завершения обкатки».

Разные объяснения одного и того же поведения

Как вы думаете, какова была реакция владельцев «Приусов» на результаты исследования, которое научными методами выявило связь между статусными устремлениями и желанием продемонстрировать свою озабоченность проблемами экологии? После опубликования полученных в ходе экспериментов данных автолюбители атаковали Влада десятками гневных писем, телефонных звонков и электронных сообщений. Целые блоги и разделы чата были посвящены оспариванию идеи о том, что «зеленое» поведение человека связано с его стремлением утвердить свой статус. Владельцы «Приусов» протестовали, заявляя, что приобретали гибридную модель не для того, чтобы «покрасоваться» , а чтобы помочь в борьбе за сохранение окружающей среды. И, черт возьми, они хотят быть уверенными в том, что все вокруг понимают их альтруистические мотивы!

Обманывали ли себя владельцы «Приусов» в том, что касается их мотивов при покупке энергосберегающих автомобилей? Не совсем. Конечно, эти люди потратили больше времени на размышления о том, как их машины помогут экологии, чем на выставление себя напоказ перед соседями. Но это возвращает нас к главному вопросу: что мотивирует людей на

демонстративное потребление? Так ли уж движимы экологическим альтруизмом владельцы «Приусов», как они думают? Или все же есть менее осознанные эгоистические мотивы, заставляющие их демонстрировать себя? Оказывается, оба этих объяснения могут быть правильными.

В основе спора здесь лежит важнейшая проблема, с которой мы ранее встречались в этой книге: различие между поверхностными и глубинными мотивами поведения. Вспомните, что объяснения с поверхностной точки зрения подразумевают воздействие на наше поведение поверхностных причин, тогда как объяснения с более глубокой точки зрения подразумевают наличие глубинных эволюционных причин нашего поведения. Это различие очень важно, поскольку в ответе на вопрос, почему они ведут себя так, а не иначе, люди, скорее всего, назовут вам поверхностные побуждения (события в реальной действительности или мысли об этих событиях), будучи совершенно не в курсе относительно скрытых глубинных причин своих действий.

Чтобы понимать суть любого поведения человека, мы должны знать как поверхностные, так и глубинные его причины.

Подумайте о том, что все-таки заставляет людей покупать «Приусы». Действительно ли они приобретают эти машины из бескорыстной заботы об окружающей среде? Или они делают это для демонстрации, чтобы все увидели их «зеленые» настроения, как об этом утверждают ученые? Ответ зависит от того, о каких причинах их поведения мы говорим: поверхностных или глубинных. Конечно, решение приобрести «Приус» на осознаваемом поверхностном уровне может быть вызвано альтруистическими мотивами («Мне хочется быть хорошим и помогать в защите природы»). Но в то же время на глубинном уровне оно может определяться подсознательными эгоистическими мотивами (хорошее поведение и забота о сохранении окружающей среды повышают социальный статус человека). Как продемонстрировали многочисленные владельцы «Приусов», разгневанные результатами исследований Влада,

люди необязательно знают, что их добрые и правильные с экологической точки зрения решения на самом деле на глубинном уровне являются весьма эгоистическими. Естественный отбор обеспечил тот факт, что желание человека помочь природе тесно связано с его расчетом на последующие выгоды.

Глубинные движущие силы

Давайте ненадолго припаркуем наш гибридный автомобиль и вернемся к более общему вопросу о том, почему люди осуществляют демонстративное потребление. Что все-таки склоняет нас к тому, чтобы тратить свои ресурсы на роскошные вещи, которые в конечном счете неважны для выживания, типа позолоченных «Порше» или гигантских пирамид? Как отметил Торстейн Веблен еще более века назад, демонстративным потреблением движут статусные соображения людей. Но почему? И почему демонстрация статуса так важна для нас?

В поиске ответа на этот вопрос поможет изучение роли демонстративного поведения у других видов. Давайте отправимся в сердце Австралии — на обширные малозаселенные засушливые пространства с жестким климатом — и посмотрим на экстравагантные действия живущего здесь атласного шалашника, или беседковой птицы, чье поведение напоминает демонстративное поведение людей. Как мы увидим далее, поведение этой птицы может пролить некоторый свет на глубинные корни склонности человека к излишнему расходованию средств.

Великая роль шалаша

Самец шалашника — прирожденный архитектор. Из травы он тщательно строит на земле сложное сооружение, которое и называется шалашом. Строительство похожего на башню шалаша занимает у шалашника много недель. В конце концов получается конструкция в несколько раз выше него самого. Птица обращает особое внимание на красоту сооружения, заботясь о том, чтобы оно было симметричным. После создания башни самец приступает ко второму этапу — украшению шалаша и прилегающей к нему территории. Он летает в поисках голубых лепестков цветов, голубых ягод или даже голубых конфетных фантиков и кусочков ткани. Птица приносит все это к шалашу и тщательно размещает украшения перед ним с таким расчетом, чтобы они были хорошо заметны (в этих засушливых и жарких местах голубой цвет редок, что делает такое убранство подобным редким драгоценным камням). По окончании работ шалашник заступает на сторожевую вахту у своего дома, охраняя его от соперников, которые могут покуситься на ценные для птицы предметы.

Вы подумаете, что таким образом шалашник строит себе гнездо. Но это не так — шалашниковые птицы не гнездятся. Единственная функция сооружения, созданного самцом, — это привлечение самки. После месяцев тяжелого труда по строительству и украшению шалаша самец терпеливо ждет партнерш, которые иногда залетают, чтобы полюбоваться шедевром архитектуры. Пока самка тщательно инспектирует шалаш, оценивая его симметрию и цветовую гамму, самец исполняет на площадке перед ним сложный танец, постоянно демонстрируя красивый орнамент своих атласных перьев в стремлении удержать самку в гостях немного дольше. Если самка впечатлена, происходит спаривание, после чего она улетает, чтобы где-то выращивать возможное потомство. А после окончания брачного периода и самец возвращается к своему обычному месту обитания, начисто забывая о шалаше, на строительство которого он потратил месяцы труда. Через год птица примется за возведение своего очередного дворца.

Атласный шалашник являет собой один из неисчислимых примеров демонстративного поведения у животных.

Первое — если вы увидите живое существо, выставляющее напоказ свою красивую расцветку, совершающее ритмичный танец или издающее мелодичную трель, знайте, что для него брачный сезон в полном разгаре. Такое демонстративное поведение особенно активизируется в период брачных игр.

Иногда эти демонстративные проявления совершенно исчезают с окончанием брачного периода, и тогда птицы сменяют яркую раскраску на гораздо более скромную и даже похожую на камуфляж, а также начинают петь значительно тише, что делает их трудноразличимыми в листве деревьев. Эти сезонные явления убеждают нас в том, что демонстративное поведение животных связано с брачным периодом.

Второе соображение по поводу демонстративного поведения: если вы видите животное, явно выставляющее себя напоказ, все говорит о том, что перед вами самец.

В разнообразии видов в животном царстве именно самцы больше всего демонстрируют себя. Причина этого заключается в том, что практически у всех видов, включая человека, самка играет роль покупателя, а самцы должны себя продавать.

Мы еще поговорим об этом подробнее в главе 8, где затронем тему гендерной экономики, но уже сейчас можно утверждать, что подобное распределение ролей обусловлено тем, что самки производят потомство, которое требует существенных затрат энергии, будь то высиживание яиц (как у птиц) или вынашивание плода внутри организма

(как у млекопитающих).

В животном мире самцы зачастую осуществляют лишь функцию предоставления спермы. Поскольку один самец за один брачный сезон может оплодотворить много самок, а самка не может родить потомство одновременно от разных самцов, мужские особи в процессе репродукции расходуют больше энергии, чем самки.

Таким образом, самки у очень многих видов животных склонны к высокой избирательности в отношении самца, особенно с учетом того, что его единственным вкладом является капля ДНК. А чтобы быть выбранными разборчивыми самками, самцы должны яростно конкурировать между собой. Им нужно сделать все возможное, чтобы произвести на самку впечатление, будь то исполнение вызывающих благоговение трелей, демонстрация самого яркого хвоста или строительство самого высокого и самого красивого шалаша.

Почему женские особи выбирают усиленно демонстрирующих себя самцов? Эволюционные психологи считают, что демонстративное поведение подразумевает наличие у самцов «хороших» генов. Если, например, самец располагает временем, энергией, способностью и ресурсами, чтобы построить, украсить и содержать в порядке гигантскую башню, то это указывает на наличие у него генов, которые позволили ему процветать в природе.

Смешивая свои гены с генами наиболее успешных из находящихся вокруг самцов, самка передает эти положительные качества потомству.

Деньги напоказ

Может ли демонстративное потребление у людей выполнять такую же эволюционную функцию, какую выполняют беседки птиц шалашников и роскошное оперение павлинов? Если это так, то следует ожидать, что это потребление будет связано с двумя моментами. Первый — стремление выставить свои возможности напоказ должно набирать обороты в период поиска брачного партнера — главного мотива в активизации нашей субличности, отвечающей за брачные дела. И второй — такой мотив должен приводить к проявлению эффекта демонстративного потребления у мужчин, но не у женщин.

На начальном этапе проверки этой идеи психолог Джим Рони попросил мужчин заполнить анкету, в которой они дали бы оценку отдельным чертам своей личности. Некоторые из участников этой группы отвечали на вопросы анкеты одновременно с представителями другой группы мужчин. Члены второй группы заполняли анкету в помещении, в котором находилось несколько привлекательных женщин.

Рони обнаружил, что характер ответов сильно разнился в зависимости от того, в каком помещении заполняли анкеты испытуемые. В комнате, где присутствовали женщины, мужчины демонстрировали в анкетах более высокую амбициозность в карьере и оценивали достижение высокого достатка как очень важную для себя цель. Хотя дамы не разговаривали с участниками эксперимента и не знали содержания их ответов, само присутствие рядом женщин вызывало в мужчинах брачную мотивацию.

Наши исследования, проведенные совместно с Джошем Тайбуром, Джилл Санди, Бобом Чалдини и Джеффри Миллером, позволили обнаружить, что

активизация в мужчинах субличности, отвечающей за поиск брачного партнера, вызывает не только внутреннее стремление к высокой оценке важности достатка, но и желание продемонстрировать этот достаток на публике.

Мы спрашивали мужчин и женщин о том, сколько денег они были бы готовы потратить на такие разные цели, как приобретение автомобиля и часов, ужин в ресторане, мобильную связь и отпуск. Например, вы хотите приобрести недорогие часы за $25 или дорогие за $275?

Вы хотите недорого поужинать в кафе за $50 или устроить роскошный ужин за $300? Вы хотите съездить в Европу по горящей путевке за $500 или устроить себе настоящие европейские каникулы за $3 тыс.?

Перед тем как получить ответы испытуемых, мы активизировали у половины из них брачную субличность. Мы попросили их описать, как они представляют себе самое красивое свидание, а также внешний вид, характер партнера и то, чем это свидание может закончиться. Другая половина участников эксперимента представляла собой контрольную группу: они описывали хорошую погоду.

Когда и у мужчин, и у женщин не работала субличность, отвечающая за поиск партнера, их ответы о предпочтениях в тратах не слишком различались. Они не стремились купить самые дешевые товары, но вместе с тем не были склонны и к излишней трате денег.

Однако активизация у них внутреннего искателя брачного партнера сразу же привела к импульсивной склонности к большим тратам, но только у мужчин. Подгоняемые огнем страсти, мужчины демонстрировали желание показать себя и стали выбирать экстравагантные машины, дорогие мобильные телефоны, роскошные путешествия и любые другие вещи, которые они могли бы выставить напоказ.

И ведь эти мужчины не осознавали прямой связи между их выбором вещей и брачной мотивацией. На самом деле у них не было никаких оснований полагать, что женщины когда-нибудь увидят их роскошные приобретения. Просто активизация субличности, ответственной за поиск партнера, возбудила в них желание совершать дорогие покупки. И в силу брачной мотивации они стали в большей мере готовы к тому, чтобы потратить лишние деньги на заметные для других вещи.

Точно так же, как птицы шалашники выставляют напоказ в своих беседках предметы голубого цвета в расчете на привлечение партнерш, мужчины демонстрируют наличность в своих кошельках в расчете на притягивание объекта ухаживания. Срабатывает ли это? Возможно, это зависит от объема денег в кошельках мужчин и разборчивости партнерш. Например, чтобы очаровать женщину, привыкшую к жизни в клане Кеннеди, видимо, необходима демонстрация серьезных возможностей мужчины — роскошной яхты размером с футбольное поле с золотыми кранами в ванных комнатах и барными стульями, обитыми кожей пенисов китов. Мы не знаем, что подумала Джеки Кеннеди по поводу всей этой эклектичной роскоши, но она вышла замуж за Онассиса, причем их брачная церемония состоялась на его собственном роскошно украшенном острове.

Павлины, «Порше» и хорошие папы

Установленный факт, говорящий о том, что желание заполучить партнершу порождает у мужчин стремление к показным тратам, находится в полном соответствии с результатами исследований, свидетельствующих, что для привлечения партнерши самцы в других видах животного мира склонны активно демонстрировать свое оперение, рога или огромные гнезда. Оказывается, мужчины иногда не слишком отличаются от павлинов. Известно, что когда самка павлина находится поблизости от самца, он инстинктивно разворачивает свой роскошный хвост. Причем побудить его на это может не только реальная самка. Даже ее изображение заставляет павлина проявлять такую же демонстративную реакцию. Судя по всему, поведение представителей сильного пола зачастую не очень отличается от поведения павлинов. Стоит мужчинам лишь оказаться в одном помещении с женщинами или хотя бы подумать о свидании, как и у них возникает желание осуществлять значительные траты денег.

Хотя проведение аналогий между мужчинами и павлинами увлекательно, действительно ли все мужчины могут уподобляться этим птицам? Как мы рассказывали в предыдущей главе, человеческие существа живут не по одному и тому же сценарию. Кто-то следует быстрой стратегии жизненных циклов, кто-то — медленной. Психологи Джеффри Симпсон и Стив Гангестад разработали тест на оценку личности, который помогает оценить,

насколько мужчина подобен павлину в склонности вкладывать много энергии в демонстрацию яркого оперения и в то же время мало заботиться о помощи самке в воспитании потомства. Если говорить в категориях теории жизненных циклов, то павлинов можно отнести к видам, живущим по быстрой стратегии. А поскольку некоторые представители сильного пола также живут по быстрой стратегии, они действительно очень походят в своем поведении на павлинов. Симпсон и Гангестад называют образ жизни таких людей «жизнью без ограничителей». Мужчина «без ограничителей» обычно ведет себя как плейбой, будучи заинтересованным прежде всего в удовольствиях и мало или совсем не заинтересованным в заведении семьи и в ее поддержке. Как и павлины, такие мужчины склонны к неразборчивости в половых контактах. Они стремятся к сексу с женщиной, даже не испытывая к ней романтических чувств, и считают вполне нормальным иметь сексуальные отношения с несколькими женщинами одновременно.

Но не все мужчины таковы. Симпсон и Гангестад установили, что

> **значительная часть мужчин находят беспорядочность в сексуальных контактах проявлением необязательности и категорически не приемлют такое поведение.**

В отличие от павлинов, некоторые мужчины имеют необходимые «ограничители» внутри себя. Они стремятся найти одну постоянную партнершу, вступить с ней в брак и завести семью. Такие мужчины живут по медленной стратегии жизненных циклов.

Наша коллега Джилл Санди предположила, что склонность к демонстративному потреблению может быть обнаружена прежде всего у подобных павлинам мужчин, живущих по быстрой стратегии. Вместе с Джилл, Джошем Тайбуром, Кэтлин Вос и Дэном Билом мы проверили, будет ли иметь активизация брачной субличности разное воздействие на тех мужчин, которые подобны по поведению павлинам, и на тех, кто таких склонностей не имеет.

Полученные результаты приводят к однозначному выводу:

> **задействование стремления к приобретению партнерши приводило к проявлениям демонстративного потребления только у мужчин, подобных по поведению павлинам и живущих по быстрой стратегии.**

Напротив, у мужчин, склонных к женитьбе и следующих медленной стратегии, та же брачная мотивация не включала желания выставлять себя напоказ. Эти мужчины не хотели привлекать к себе внимания осуществлением излишних трат (даже если они были готовы к использованию значительных сумм денег, они хотели делать это незаметно для окружающих). Что касается мужчин-павлинов, то они сразу бросались на самые дорогие вещи. Их даже не волновало, оригинальные они или поддельные. Если благодаря этим вещам мужчины смотрелись богато и привлекали внимание окружающих, эти испытуемые готовы были выставлять себя напоказ. Задействование брачной субличности оказывало на этих плейбоев наибольшее влияние, когда они представляли себе любовный контакт с кем-то, кого они больше никогда не увидят, то есть встречу на одну ночь. Как только женщины намекали на то, что хотели бы постоянных отношений, эти мужчины теряли интерес к показным тратам.

Данное исследование говорит о том, что если вы видите кого-то разъезжающего на сверкающем «Порше» с золотым покрытием или без такового, знайте, что перед вами, скорее всего, мужчина из разряда подобных павлинам, живущий по быстрой стратегии жизненных циклов. Гад Саад и Джон Вонгас обнаружили, что когда мужчина едет на «Порше», он испытывает прилив тестостерона — гормона, который во всем животном мире вызывает демонстративное поведение у самцов. Это похоже на то, как павлин распускает хвост или птица-шалашник гордо вышагивает около своей башни, представляющей собой настоящее архитектурное сооружение. И еще будьте уверены в том, что этот парень на «Порше» ищет

удовольствий, а не хорошую жену.

Срабатывает ли демонстративное потребление? В ходе одного эксперимента Джилл Санди и ее коллеги сравнили интерес женщин к мужчинам, одни из которых ездят на шикарном «Порше», а другие — на скромной «Хонде». Дорогая машина произвела впечатление на женщин, которые сказали, что были бы не против свидания с ее обладателем. Но вместе с тем женщины не были ослеплены внешним лоском. Когда их спросили, за владельца какой машины они предпочли бы выйти замуж, блеск в их глазах по поводу экстравагантного автомобиля быстро угас. С точки зрения выстраивания долговременных отношений женщины предпочли менее заметного, зато, скорее всего, более надежного парня на «Хонде».

Глубинные движущие силы нашего поведения

После того как были опубликованы результаты эксперимента по теме «автомашины “Порше” и павлины», и Джилл и Влад снова были атакованы многочисленными электронными сообщениями, телефонными звонками и письмами от разгневанных владельцев автомобилей «Порше». Мужчины (а это были только мужчины) утверждали, что совершенный ими акт демонстративного потребления не имел ничего общего с глубинной причиной в виде стремления к приобретению партнерши. Одни из них говорили, что покупка этого автомобиля соответствовала привычному для них стилю жизни, другие утверждали, что им просто нравится марка «Порше», третьи рассказывали, что купили «Порше», потому что они любят по выходным покататься в кабриолете с открытым верхом. Как написал один человек, он владеет «Порше» уже более двух десятков лет и при этом живет в счастливом браке в течение большей части своей жизни. Конечно, сразу возникает вопрос: почему же тогда он приобрел свой «Порше», будучи еще холостым, и не связано ли это с желанием возбудить интерес к себе со стороны привлекательной женщины?

Владу однажды позвонил председатель Европейского клуба любителей «Порше». Он был явно встревожен, но в отличие от других, не был удивлен или обижен результатами исследования. Скорее он был раздосадован тем, эти результаты могут рассказать женам владельцев «Порше» что-то нежелательное об их мужьях. Этот же человек позднее прислал Владу видеоролик с рекламой «Порше», снятый в Германии. Он считал, что этот ролик «может иметь какое-то отношение» к проведенному эксперименту. На видео очень красивая женщина в длинном плаще проходит мимо «Порше», стоящего на таинственной темной аллее. Она восхищена необыкновенной красотой автомобиля и начинает кокетливо поглаживать его гладкий корпус. В конце концов, не в силах противостоять искушению она раскрывает полы плаща, демонстрируя «Порше» свое почти обнаженное тело.

Не слишком утонченно. Зато являет собой прекрасное отображение глубинной причины, толкающей на приобретение «Порше».

Подчеркнем еще раз. Когда мы наблюдаем людей, совершающих неумные поступки типа выбрасывания огромных денег на покупку «Порше» или устройство золотых кранов в ванных комнатах, мы должны понимать: здесь зачастую происходит нечто такое, что не видимо невооруженным глазом. Хотя на первый взгляд демонстративное потребление может казаться пустой тратой средств, такое поведение на эволюционном уровне служит осуществлению определенной важной функции.

Принимаемые нами решения имеют множество причин. Одни из них очевидны, другие скрыты от глаз. У нас есть представление о некоторых поверхностных причинах нашего поведения. Приобретая роскошную машину, вы, возможно, потратили немало времени, раздумывая о блестящей коже салона или хромированном двигателе, разгоняющем машину до 100 км в час за несколько мгновений. А если вы купили гибридный автомобиль, вы, скорее всего, размышляли, насколько экологическая польза от него перевешивает более высокую цену. Но в большинстве случаев мы не осознаем глубинных причин совершаемого нами выбора.

Когда речь идет о покупках, мотивируемых поиском брачного партнера, выбор человека может быть очень разным, что определяется одним особенно важным биологическим фактором: кто делает этот выбор — мужчина или женщина. Например, известно, что мужчины склонны к демонстративному потреблению в целях привлечения партнерши, а женщины — нет. На самом деле гендерные различия распространяются на гораздо более широкие сферы, чем одно только демонстративное потребление.

> **Если вы хотите предсказать, во что тот или иной человек готов вложить ограниченные ресурсы, что этот человек по-настоящему ценит, а также какие товары он, скорее всего, купит, вы должны задать самый важный вопрос: о ком мы говорим — о мужчине или женщине?**

В следующей главе мы подробнее рассмотрим вопрос о том, как и почему различаются решения мужчин и женщин. И начнем с изучения загадочного аспекта человеческой культуры: почему мужчины в одних сообществах тратят свой доход, полученный за несколько лет, чтобы добиться общества женщины, а в других сообществах семья женщины выплачивает огромное приданое, чтобы купить ей партнерство мужчины?

Глава 8. Гендерная экономика: мужская и женская

В марте 2008 года Элиот Спитцер был вынужден оставить пост мэра Нью-Йорка из-за скандала вокруг его причастности к так называемым эскорт-услугам, организованным частным агентством «Императорский клуб VIP». Спитцер растратил более $80 тыс. на оплату счетов за услуги, которые даже по меркам свободных нравов «Имперского штата»[18] были определенно незаконными, о чем он, несомненно, знал, потому что до этого занимал пост генерального прокурора этого же штата. За скандалом последовала газетная шумиха — журналисты разузнали, что некоторые богатейшие люди мира, к которым относился и Спитцер, щедро оплачивали услуги «Императорского клуба VIP».

Для многих из нас, гораздо менее олигархичных пролетариев, наиболее удивительным в этом скандале было то, как мало эскорт-услуг можно было купить за $80 тыс. в этом агентстве, веб-сайт которого рекламировал «службу знакомств для тех, кто привык к совершенству». Веб-сайт специализировался на организации знакомств «джентльменов высших стандартов» с женщинами, среди которых были «топ-модели, победительницы конкурсов красоты и прелестные студентки».

Чтобы облегчить выбор клиентов, веб-сайт приводил цены как в американских долларах, так и в британских фунтах и европейских евро. При этом предлагался широкий выбор «компаньонок», от имеющих обозначение в «три бриллианта» до носительниц знака «семь бриллиантов», в зависимости от «характера модели и такта в поддержании отношений в обществе». Многочисленные фотографии женщин в дизайнерской, но очень откровенной одежде привлекали внимание скорее к изгибам их тела, а не к такту в отношениях в обществе. За компанию женщины, имевшей ранг «семь бриллиантов» (видимо, обладательницы самого лучшего характера и такта), мужчина должен был выложить круглую сумму $3100 за час. Если же он желал круглосуточного предоставления эскорт-услуг, то должен был заплатить $31 тыс. за сутки (сумму более чем достаточную для приобретения новой хорошо укомплектованной «Тойоты-Приус»). Потенциальные клиенты, заинтересованные в чем-то менее дорогом, могли удовольствоваться моделью «три бриллианта» всего лишь за $1000 в час.

Некоторые мужчины платят за один час эскорт-услуг такую же сумму, которую другие

---

[18] Штат Нью-Йорк. — *Примеч. пер.*

платят за женщину на всю жизнь. По данным британской газеты «Гардиан», нынешняя цена жены в Афганистане составляет 2 тыс. фунтов стерлингов (примерно $3140). Хотя данная сумма может являться карманной мелочью для некоторых клиентов агентства «Императорский клуб VIP», для среднего афганца это двухгодичный доход. В Африке южнее Сахары и во многих странах Азии стоимость невесты иногда превышает годовой доход мужчины. Большинство мужского населения в этих частях мира должно экономить каждую копейку только для того, чтобы стать хотя бы потенциальными женихами. И все равно многие до этого не дотягивают.

Почему мужчины готовы столько платить за общество женщины? Этот вопрос имеет отношение и к биологии млекопитающих, и к экономике. Он находится в самом сердце спорной проблемы: является ли психология мужчины и женщины одинаковой или различной? Хотя в природе мужские и женские особи одного вида скорее похожи друг на друга, здесь мы рассмотрим принципиальное различие в их репродуктивной функции. Мы увидим, как простое биологическое отличие в воспроизводстве рода дает возможность понять нечто большее, чем платная любовь или брак. Эта разница формирует различный подход мужчин и женщин к вопросу о том, какие покупки следует совершать в период кризиса, сколько оставить чаевых в ресторане и даже в каком размере нужно взять кредит. Чтобы объяснить это, ниже мы представим «мужскую» и «женскую» версии наших субличностей.

Почему мужчины платят такие деньги за общество женщины?

Экономист Сайван Андерсон занимается изучением вопроса о *цене невесты (или выкупе)* — сумме, которую семья жениха выплачивает семье невесты, Андерсон различает понятия *выкупа* и *приданого* — платы, которую семья невесты предоставляет семье жениха. Хотя люди в западных сообществах скорее знакомы с понятием приданого, в действительности выкуп гораздо более распространен в мире.

«Мировой этнографический атлас» Мёрдока, описывающий 1167 доиндустриальных сообществ, показывает, что выкуп характерен для 2/3 сообществ людей в мире, в то время как приданое обнаруживается только среди 4% от их общего числа.

Почему же явление выкупа доминирует в мире? Андерсон полагает, что выкуп всегда служил, хотя бы частично, платой за детородную функцию женщины. Цена невесты исторически была связана с невинностью, причем молодые, здоровые девственницы неизменно имели наивысшую цену, а женщины с детьми часто не получали вообще никакой платы в качестве выкупа за невесту.

В понятиях эволюционной биологии экономика цены невесты связана с биологическим принципом *минимальных родительских усилий.*

У всех видов млекопитающих, включая людей, репродукция требует от женских особей как минимум вынашивания жадно потребляющего энергию плода в течение нескольких месяцев и заботы о нем в последующем. Напротив, мужчины биологически освобождены от столь высокой платы за репродукцию. Минимальным требованием к мужчине является транслирование его спермы.

Однако мужские человеческие особи все же не могут полностью устраниться от проблем воспроизведения рода. Поскольку у человека дети рождаются очень беспомощными, их выживание и дальнейшее развитие принципиально зависят от того, находится ли рядом отец, который может обеспечить всем необходимым и дитя, и мать. Поэтому, перед тем как согласиться на возможность забеременеть и понести значительные биологические расходы на воспроизведение, сама женщина и ее семья часто требуют от потенциального мужа доказательств того, что он готов и в состоянии обеспечить семью необходимыми ресурсами. Трата существенной части своего дохода либо на выкуп, либо на

обручальное кольцо является для мужчины своеобразным авансовым платежом, который указывает на серьезность его намерений относительно жизни с семьей и обеспечения ее содержания в длительной перспективе.

В интересной работе по гендерной экономике социальные психологи Рой Баумейстер и Кэтлин Вос утверждают, что биологические различия полов в репродукции ведут к ситуации, когда мужчина готов платить за секс, а женщина устанавливает цену в форме денег, обязательств или других ресурсов. Если мужчина не желает гарантировать обеспечение ресурсами в длительной перспективе, то женщина может потребовать очень высокую цену за ее внимание в ходе одноразового контакта, как это происходит в агентстве «Императорский клуб VIP». Баумейстер и Вос считают, что мужчины склонны искать секс за минимально возможную плату, тогда как женщины, наоборот, хотят получить за секс как можно больше. С точки зрения перспективы секс для женщины представляет собой вид некоего испытания, тогда как для мужчины это скорее удачное стечение обстоятельств.

Подумайте о тех минимальных стандартах, соответствия которым вы можете потребовать от вашего партнера по браку или ухаживанию. Например, каким должен быть минимальный уровень интеллекта у человека, с которым вы планируете вступить в брак? Теперь ответьте на вопрос: будут ли эти стандарты другими, если вы рассматриваете противоположную сторону только как сексуального партнера? Например, каким должен быть минимальный уровень интеллекта у партнера, с которым вы намерены провести всего одну ночь (при том предположении, что вы вообще пойдете на такие отношения и об этом никто не узнает)?

Когда Дуглас и его коллеги задавали студентам университета вопрос о минимальном уровне интеллекта для различных видов отношений, и мужчины и женщины отвечали очень похоже (они будут искать партнера, обладающего хотя бы средним коэффициентом умственного развития — IQ). Ответы представителей разных полов сходились также в оценке необходимого уровня интеллекта для брачных партнеров (для них требовался коэффициент умственного развития выше среднего). Но в том, что касается сексуальных партнеров, в особенности на одну ночь, ответы мужчин и женщин существенно отличались. Женщины не могли представить себе контакта с партнером, не имеющим уровня умственного развития выше среднего. Если у мужчины нет намерения продолжать длительные отношения с женщиной, то она требует высокую плату за доставляемое ему удовольствие от своей компании — иногда даже $31 тыс. за один день. А вот мужчины высказывали готовность иметь секс с женщиной, даже обладающей уровнем интеллекта ниже среднего. (Она сможет завязать шнурки на своей обуви? Нет? Ну и ладно, это не так уж важно.)

То, что американские мужчины предъявляют довольно низкие требования к сексуальным партнершам, не является сугубо американской особенностью. Дэвид Шмитт и его команда, состоящая из 118 ученых, представляющих шесть разных континентов, нашли такую же зависимость в 52 сообществах, которые они изучали. Но в ходе всех этих исследований анализу подвергалась только та информация, которую люди были готовы изложить в предложенных им опросниках. А как обстояло бы дело, если бы мужчины и женщины стояли перед реальной возможностью проведения одной ночи с партнером? Они по-прежнему столь существенно расходились бы в своих ответах?

В ставшем уже классическим эксперименте представители противоположного пола подходили к студентам университета в кампусе и говорили: «Я давно заметил вас в этом кампусе. И нахожу вас очень привлекательным (привлекательной)». Еще до того, как смущенный студент (студентка) отходили от возможного шока, вызванного этим обращением, человек задавал вопрос: «Не хотите ли вы переспать со мной?»

Как бы вы отреагировали на такую атаку в лоб? Если вы женщина, то высока вероятность, что вы сказали бы «нет». На самом деле 100% женщин ответили на это предложение отрицательно. И не потому, что обратившиеся к ним парни были слишком застенчивы или непривлекательны. Если представители сильного пола задавали другой

вопрос: «Не согласитесь ли вы на свидание со мной?», 50% женщин отвечали утвердительно.

Но если вы мужчина, то можно побиться об заклад, что результат был бы другой. Когда абсолютно незнакомая женщина предлагала мужчине случайный сексуальный контакт, более 70% представителей сильного пола отвечали «да». Мужчины были скорее согласны отправиться с незнакомкой в постель, чем на свидание. Некоторые даже спрашивали: «А нужно нам ждать до ночи?»

Несколько мужчин, ответивших отрицательно, делали это одновременно и с благодарностью, и с извинением: «Спасибо за предложение, но я не могу. Дело в том, что я только что помолвлен».

Спустя десятилетие, когда СПИД уже стал достоянием общественности, исследователи повторили эксперимент. И, о боже! Ничего не изменилось: более 70% мужчин ответили «Конечно!», тогда как среди женщин положительно восприняли предложение 0%. Причем последние часто сопровождали свою реакцию высказываниями типа «Исчезни, идиот!»

> **Такие различия между полами в отношении к одной ночи секса объяснимы с точки зрения принципиальных биологических отличий между мужскими и женскими особями в осуществлении минимальных родительских усилий.**

Когда женщина беременеет, она платит высокую биологическую цену: необходимо выносить плод и затем заботиться о ребенке в течение многих лет. И это не зависит от того, происходит ли беременность от одной ночи с приятным незнакомцем или от тысячи ночей блаженства, проведенных с любящим, преданным супругом. Напротив, если мужчина встретится с женщиной всего на одну ночь, он может возместить потерю энергии всего лишь лишней порцией бекона за завтраком на следующее утро.

Я люблю тебя... возможно

Представьте, что вы женщина и ваш новый романтический партнер говорит вам «Я тебя люблю» в первый раз. Какова будет ваша реакция? Почувствуете ли вы себя взволнованной? Или вы ощутите легкое недоверие? Слова «Я люблю тебя» в устах мужчины указывают на его желание инвестировать в ваши отношения больше, чем время, необходимое на передачу спермы, и предполагают, что он, возможно, даже будет с вами постоянно и поможет с воспитанием потомства. Но словам не всегда можно верить, и, поскольку такие обязательства на словах легко нарушить, женщины часто проявляют подозрительность в отношении истинных намерений, лежащих за признаниями в любви.

Выше было показано, что мужчины и женщины по-разному реагируют на первые признания партнера в любви. Это различие в восприятии по признаку пола определяется тем, когда произносятся три слова заверения в любви: до или после того, как новая пара вступает в сексуальные отношения. Женщины с большим удовольствием воспринимают «Я тебя люблю» после, а мужчины — до вступления в интимную близость.

Может быть, это происходит из-за того, что мужчины более уверены в себе уже перед началом сексуального контакта с женщиной. Но на самом деле в словах женщины «Я люблю тебя» иногда скрывается смысл «Пожалуйста, не оставляй меня!». И действительно, мужчины необязательные и не имеющие «ограничителей» (из серии тех, кто ездит на золотых «Порше»), без восторга воспримут слова женщины «Я люблю тебя» после интимного контакта, поскольку они хотели только получить сексуальное удовольствие без необходимости платить за него какими-то обязательствами.

Джош Аккерман, профессор Массачусетского технологического университета, проводивший эксперимент со словами «Я тебя люблю», поясняет, что «произнесение этих слов является некими переговорами об отношениях, в ходе которых обе стороны стараются избежать разных эволюционных ошибок». Для женщин было бы большой ошибкой под влиянием импульса поверить заявлению партнера «Я тебя люблю» и поставить на кон

сексуальные отношения без серьезных инвестиций со стороны мужчины.

Для мужчины такой ошибкой была бы неспособность донести до женщины свое восприятие обязательств, что, возможно, повлекло бы потерю сексуальных отношений с партнершей.

Эксперимент выявил различия между мужчиной и женщиной не только в реакции на слова «Я тебя люблю», но и в том, кто первый произносит их. Изучая мнения участников эксперимента, Аккерман и его команда выяснили: многие люди думают, что женщины склонны произносить эти слова первыми.

В конце концов, женщин обычно считают сентиментальными, романтически настроенными и склонными к выражению чувств. Но в реальных отношениях в 70% случаев мужчины первыми делают признания в любви, произнося «Я тебя люблю» в среднем на 42 дня раньше, чем женщины.

С эволюционной точки зрения женщины своей осторожностью оберегают себя в случаях, когда мужчины быстро влюбляются в них. Дамы полагают, что лучше подождать других знаков, говорящих о готовности мужчины к продолжительным обязательствам, таких, например, как бриллиантовое кольцо стоимостью в несколько его месячных зарплат.

Являются ли мужчины такими уж неразборчивыми?

Хотя многие мужчины готовы прыгнуть в постель к совершенно незнакомой женщине, в большинстве случаев получение реальных сексуальных возможностей не обходится без затрат с их стороны. В жизни мужчина редко может встретить в университетском кампусе женщину, которая предложит ему час бесплатного секса. Молодой человек, ищущий в баре для одиночек симпатичную девушку, должен по меньшей мере оплатить ей несколько напитков и потратить некоторое время, демонстрируя свое очарование и отсутствие комплексов. И то, что начинается как возможный скоротечный контакт всего на одну ночь, иногда перерастает в более длительные отношения и даже приводит к браку.

Хотя требования, с которыми мужчины подходят к выбору сексуальных партнерш, ниже, чем у женщин в таких случаях, все же представители сильного пола не так уж неразборчивы. Например, после скандала с Элиотом Спитцером в средствах массовой информации была опубликована ссылка на веб-сайт агентства «Императорский клуб VIP». Изучение этого ресурса позволило найти у девушек, предоставлявших эскорт-услуги, общие черты: молодость и красоту. Все дорогие девушки были одинаково красивы, всем им было меньше тридцати. Они, возможно, были на несколько десятков лет моложе, чем их состоятельные клиенты среднего возраста.

В книге *«Удар по казино»* ее автор Бен Мезрич описывает группу студентов Массачусетского технологического университета, которые выиграли миллионы долларов в блек-джек в Лас-Вегасе. Готовя материал для своей книги, Мезрич расспрашивал молодую женщину по имени Эйприл, которая работала стриптизершей в мужском клубе в Лас-Вегасе и зарабатывала несколько тысяч долларов за вечер, исполняя для мужчин приватные танцы. При желании она могла брать дополнительные «вызовы на дом» и зарабатывать еще до $3 тыс. за час. Однако ко времени беседы с Мезричем Эйприл уже исполнилось 25 лет, и, как она пояснила, она уже не могла предлагаться компанией по такой высокой цене. Как написал автор книги: «Она уже считалась старой для такой работы».

Молодых и красивых девушек предпочитают не только частые посетители стриптиз-клубов и агентств по оказанию эскорт-услуг. Социологи, изучающие брачные предпочтения людей, обнаружили, что мужчины, как правило, женятся на партнершах моложе себя, а женщины, наоборот, обычно проявляют заинтересованность в мужчинах старше них. Поначалу ученые предположили, что такое различие в поведении обусловлено представлениями о ролях полов, активно насаждаемыми американскими средствами

массовой информации. Однако эта теория не подтвердилась после более тщательного анализа.

Интерес мужчин к женщинам моложе них не ограничивается рамками Америки или западных сообществ. Когда Рич Киф и Дуглас изучали брачные объявления по всему миру, включая места, куда никогда не добирались американские средства массовой информации, они установили, что мужчины почти всегда предпочитают женщин, по возрасту находящихся в начале второго десятка. Даже 15-летние школьники в своих фантазиях мечтали о девушках университетского возраста, от 18 до 22 лет, несмотря на осознание того, что они не представляют для этих девушек никакого интереса.

Почему же и мужчины старшего возраста и мальчики-подростки по всему миру интересуются молодыми женщинами, которым только что исполнилось двадцать? Если вы спросите мужчину, то он скажет, что женщины в этом возрасте соединяют в себе наиболее привлекательные черты: красивую фигуру, волосы и прекрасного цвета кожу.

Но такие объяснения указывают только на поверхностные причины. Они не отвечают на более глубокий вопрос: почему сочетание черт, обнаруживаемое у молодой женщины 22 лет, всегда более волнующее для мужчины, чем наличие каких-то черт у женщин 42, 62 или 82 лет?

С точки зрения эволюции причины вполне понятны — женщины, которым около двадцати, в наибольшей степени способны к воспроизведению потомства.

В этом возрасте они не только легче беременеют, но и имеют достаточно много времени впереди для последующих деторождений. Даже если мужчина говорит: «Я не хочу детей», мозг все равно настраивает его на то, чтобы загораться при виде женщины с гладкой кожей, красивыми волосами и округлыми бедрами, посылающими сигнал о способности к деторождению.

Предпочтение, отдаваемое молодой красоте, наиболее отчетливо просматривается у мужчин, располагающих достаточным состоянием и статусом, позволяющими делать выбор среди многих возможных партнерш. Медиамагнат и миллиардер Дональд Трамп женился три раза: в возрасте 31, 44 и 54 лет. С каждой из своих жен он знакомился, когда они были в возрасте немного за двадцать, и весьма скоро женился на них.

Король Генрих VIII в первый раз женился в возрасте 17 лет на женщине, которой было немного за двадцать. За последующие несколько десятилетий своей жизни он женился еще на пяти женщинах. Самой старшей из жен 51-летнего короля к моменту брака с ним был 31 год (но он повстречал ее раньше, когда ей было двадцать с небольшим).

Разные властители на протяжении истории человеческого рода, включая римских и китайских императоров, а также ближневосточных султанов, часто имели по нескольку сотен жен и наложниц, и все эти властители предпочитали молодых и красивых девственниц.

Каждый год на «Празднике тростника» в королевстве Свазиленд десятки тысяч молодых полуобнаженных девушек танцуют перед королем Мсвати III в надежде быть выбранной в качестве его очередной жены. Раджиндер Сингх, сказочно богатый шестой магараджа княжества Патиала в Индии, имел 365 жен. В сексуальных отношениях с таким большим количеством молодых и способных к деторождению женщин имеются явные выгоды для эволюции. Султан Исмаил ибн Шариф, правивший королевством Марокко на рубеже XVIII и XIX веков, имел несколько сотен жен и более тысячи детей, чье рождение было официально зарегистрировано.

Уравнение «молодость + красота = способность к деторождению» в традиционных сообществах более применимо, чем в развитом мире. Рич Киф и Дуглас установили, что

тенденция, когда мужчины более старшего возраста женятся на молодых женщинах, с большей частотой проявляется в разных частях мира за пределами Северной Америки и Европы.

Почему? В США, Канаде и Европе женщины имеют обыкновение оставаться красивыми намного дольше, чем женщины в странах третьего мира, где они начинают раньше рожать и имеют меньше доступа к калорийной пище, услугам здравоохранения и средствам для сохранения красоты. В традиционных сообществах даже актрисы Деми Мур и Дженнифер Энистон выглядели бы на свой возраст.

Как сконструировать своего брачного партнера: женский взгляд против мужского

До сих пор наша дискуссия о гендерных различиях была несколько односторонней: женщины рожают детей, что делает их весьма разборчивыми при выборе партнера; мужчины затрачивают энергию и ресурсы, чтобы добиться женщины, особенно когда она молода и способна к деторождению. Но если бы, скажем, женщина покупала мужчину, искала бы она в нем те же качества, которые ищет мужчина в женщине, или какие-то другие?

Норм Ли окончил университет по специальности «экономика» и защитил докторскую диссертацию по социальной психологии. Он использовал свои экономические познания для решения важной задачи, касающейся предпочтений мужчин и женщин в выборе партнера.

Одни ученые обнаружили значительные гендерные различия, когда мужчины и женщины в ходе экспериментов говорили о совершенно разных качествах, которые они хотят видеть в партнере. Другие исследователи нашли менее резкие гендерные различия. Последние обвиняли первых в преувеличении значения этих различий и утверждали, что и мужчины и женщины ищут в партнерах примерно одни и те же качества.

Ли предположил, что при такой постановке проблема гендерных различий и сходств оказывается отделенной от фундаментального экономического вопроса — о различиях между избыточностью и необходимостью. Если, как это делали ученые раньше, мы просто спросим: «Что бы вам могло понравиться в брачном партнере?» , мы получим ответ, аналогичный ответу на вопрос: «Что бы вам понравилось в машине, в новом доме или в отпуске?»

Независимо от того, мужчина вы или женщина, вероятнее всего, суть вашего ответа сводилась бы к следующему: вам больше всего понравился бы полностью оплаченный недельный отпуск на уединенном частном пляже на Гавайях рядом с симпатичным и чувственным партнером, похожим на кинозвезду, с последующим возвращением из аэропорта на вашем новеньком «Мерседесе» в ваш новый дом, построенный по эксклюзивному проекту. Разумеется, в действительности люди не могут позволить себе все, поэтому мы вынуждены приземлять наши желания.

Ли задался вопросом: что произойдет, если в рамках изучения проблемы поиска партнера мужчины и женщины будут заключены в рамки ограниченного (и реалистического) бюджета? Он попросил мужчин и женщин сконструировать идеального партнера из набора наиболее предпочтительных его качеств, таких как физическая привлекательность, социальный статус и возможности, мягкость и доброта, креативность и т. д. Чтобы разделить эти качества на необходимые и избыточные, участникам эксперимента выделили определенную сумму «брачных долларов», которые можно было бы потратить на воображаемого партнера. Если они отдавали больше такой валюты на одно какое-то качество, у них оставалось меньше на другое.

Когда людей наделяли большой суммой «брачных долларов», и мужчины и женщины желали видеть в партнере схожие качества: это должен быть кто-то вроде чувственной кинозвезды с докторской степенью, с виллой на юге Франции и с большим чувством юмора. Но когда испытуемым выделялось значительно меньше «брачных долларов», то мужчины и женщины начинали расходовать их совершенно по-разному, ясно обозначая свои приоритеты. Мужчины ставили на первое место физическую привлекательность партнерши, на второе — доброту, а наличие социального статуса и возможностей — далеко в конец

списка. Напротив, женщины первое место отдавали статусу и возможностям мужчины, второе — доброте, а физической привлекательности — одно из последних мест.

Следует повторить, что гендерные различия не являются какой-то особенностью только Северной Америки. Точно так же, как и американские женщины, японки, замбийки или сербки считают хорошие финансовые перспективы партнера более важными, чем этот же аспект оценивают в партнершах мужчины этих стран.

Повсюду в мире женщины уделяют особое внимание статусу мужчины, его амбициям и возможностям вне зависимости от физической привлекательности. Напротив, мужчины предпочитают внешне привлекательных женщин, невзирая на их социальный статус.

Почему женщины иногда платят мужчинам?

Если принять во внимание, что с точки зрения эволюции женщины относятся к более ценному полу, становится понятным тот факт, что во многих сообществах по всему миру действует традиция выкупа и мужчины платят немалые деньги за молодую жену, способную производить потомство. Почему же тогда в некоторых странах существует обычай приданого, выплата которого осуществляется в связи с заключением брака между невестой и женихом?

Ключ к пониманию этого явления может находиться в ответе на вопрос, в каких именно сообществах людей практикуется выкуп за невесту, а в каких — выплата приданого жениху. Более распространенный обычай выкупа обнаруживается во многих традиционных, в большинстве своем бедных сообществах. Традиция давать за невестой приданое возникла позже с появлением больших наций-государств, таких как Китай, Индия и европейские страны. В них люди впервые в истории получили возможность накапливать значительные богатства — и семьи смогли передавать часть этого богатства, а соответственно, и статуса своим потомкам. Рост благосостояния открыл путь к возникновению обычая приданого.

Однако это относительно новое явление не является зеркальным отражением выкупа. Если выкуп открывает для мужчины возможность сексуальных отношений со способной к деторождению женщиной, то приданое не подразумевает, что женщина платит за вступление в сексуальные отношения со способным к оплодотворению мужчиной. Как мы видели на примере экспериментов, проведенных в кампусах университетов, женщина может обеспечить себе сексуальный контакт с мужчиной и бесплатно. Приданое — это вклад родителей (семьи) невесты, гарантирующий, что дочь окажется супругой человека с достаточными возможностями для осуществления инвестиций в их внуков.

В исследовании *«Социология выкупа и приданого»* Шалини Рандериа и Лила Висариа поясняют, что «приданое — это имущество, передаваемое родственниками *невесте* , чтобы она взяла его с собой в семью жениха». По существу, приданое — это дополнительные ресурсы, которые невеста получает от родственников для обеспечения семейной жизни с супругом, от которого требуется внесение в общее хозяйство и своих ресурсов. Как считают Рандериа и Висариа, приданое — это «имущество, принадлежащее женщине и используемое совместно с супругом, который не имеет права отчуждать его». Например, если пара разводится, приданое возвращается женщине.

В сообществах, где некоторые семьи имеют значительно более высокий статус и более крупные состояния, чем другие, с помощью приданого семья осуществляет инвестицию в будущее женщины, обеспечивая возможность выбора ею супруга из такой же богатой и влиятельной семьи.

Приданое больше отражает желание семьи женщины произвести вложения в союз, который обещает снабдить ресурсами ее саму и ее потомство, нежели плату за получение

женщиной доступа к сексуальному контакту с мужчиной, способному к оплодотворению.

Брачные субличности у мужчин и женщин

В этой книге мы постоянно повторяем тезис о том, что любой выбор человека управляется семью субличностями, поочередно руководящими нашими решениями. Большинство субличностей работают одинаково и в мужчинах, и в женщинах, поскольку представителям обоих полов необходимо решать одни и те же задачи, доставшиеся им от предков. Например, когда дело касается избежания болезней, и мужчины и женщины должны предпринимать одни и те же действия, чтобы дать отпор болезнетворным микроорганизмам. Но когда речь идет о поиске брачного партнера, перед мужчинами и женщинами встают несколько отличающиеся задачи.

> **Брачная игра включает в себя две очень разные эволюционные задачи: приобретение партнера и его удержание. В результате каждую из них решают разные субличности, которые, представая в двух версиях — мужской и женской, оказывают влияние на наш выбор, выходящий далеко за сферы сексуальных отношений и брачных игр.**

Изменчивые одиночки: игра вокруг приобретения партнера

Ранее при обсуждении темы домашней экономики мы увидели, что люди используют разные правила общения в тех или иных типах отношений. Например, принимаемое нами решение, кто платит за ужин, будет зависеть от того, с кем мы ужинаем — с семьей или коллегами по работе. Когда вы пытаетесь очаровать новую пассию, эти правила меняются. И мужчины и женщины в большинстве случаев стараются продемонстрировать свои лучшие качества. Например, представители обоих полов дают более щедрые чаевые, когда активизируется их субличность, отвечающая за приобретение партнера. Хотя и мужчины и женщины склонны демонстрировать показную щедрость, на самом деле они рекламируют разные вещи.

Различия по признаку пола, существующие в игре вокруг приобретения партнера, происходят из биологического принципа минимальных родительских усилий, который мы обсуждали ранее.

Брачные объявления холостяков обычно рекламируют их социальный статус или благосостояние («президент компании», «имею собственный дом на берегу моря», «зарабатываю в год шестизначные суммы», «люблю горные лыжи и прогулки на яхте»), что для человеческого сообщества равнозначно тому, как павлины демонстрируют свое оперение.

Женщины, в свою очередь, в объявлениях склонны подчеркивать, что их будущие партнеры должны иметь определенный минимальный уровень статуса и благосостояния («обязательно наличие университетского образования», «годовой доход не менее $100 тыс.»). Читающие такие объявления мужчины предпочитают отвечать на те из них, которые написаны женщинами на пике детородного возраста (и возможно, снабжены привлекательными фото), тогда как женщины больше склонны отвечать на объявления, рекламирующие высокие доходы или уровень образования мужчины.

Еще задолго до того, как появились брачные объявления, мужчины и женщины прикладывали максимум усилий, чтобы выгодно представить себя в глазах противоположного пола. На протяжении истории и во всех цивилизациях молодые люди до двадцати и сразу после двадцати предпринимали весьма рискованные действия для приобретения статуса или богатства и их демонстрации. Одним из исторических последствий этого демонстративного поведения является тот факт, что молодые мужчины в указанном возрасте имеют высокие шансы погибнуть в результате несчастных случаев или

конфликтов с другими мужчинами. Например, в современной Испании мужчины в возрасте от 24 до 35 лет, в отличие от женщин такого же возраста, имеют в пять раз больше шансов погибнуть в результате несчастного случая, чем от естественных болезней. В тех районах страны, где дифференциация доходов очень велика (местные бедные особенно бедны по сравнению с богатыми), ситуация еще плачевнее. Там отчаявшиеся молодые люди имеют в шесть раз больше шансов погибнуть от несчастного случая или в результате конфликтов. И речь не идет о проявлении исключительно испанских представлений о мужественности сильного пола. Такие же факты обнаруживаются в статистике по 82 другим странам, расположенным в разных уголках планеты. Молодые люди повсюду буквально убивают себя, добиваясь внимания и статуса.

В десятках экспериментов мы активизировали в мужчинах субличность, отвечающую за приобретение партнера, путем демонстрации фотографий привлекательных женщин и романтических кинофильмов или постановки перед ними задачи представить себя на свидании. И мы раз за разом находили, что эротические мотивы заставляют мужчину выставлять себя напоказ и конкурировать различными способами: становясь более бесшабашным, авантюристичным, креативным, агрессивным, опасным, независимым и склонным тратить деньги на вещи, придающие внешний блеск. По существу, мужчины, старающиеся привлечь партнершу, превращаются в павлинов и кричат на весь свет: «Посмотрите на меня! Я выделяюсь из толпы!»

Одинокие женщины

Женщины тоже желают выделиться. Но вместо того чтобы, как мужчины, демонстрировать свое богатство или удаль, женщины показывают нечто иное. Когда на первые позиции выходит субличность, отвечающая за приобретение партнера, женщина становится более склонной к согласию, взаимодействию и оказанию помощи. Дамы в романтическом состоянии души готовы оказывать поддержку и взаимодействовать в группе, а также помогать другим людям, испытывающим нужду. Но этот внешний слой доброжелательности не подразумевает, что женщины в брачном настроении менее склонны к соперничеству. Их конкурентным преимуществом выступает превращение в наиболее приятное, предрасположенное к поддержке и оказанию помощи существо женского пола.

Помните, что и мужчины и женщины начинают давать более щедрые чаевые, когда верх в них берет брачная субличность. Почему? Для мужчины чаевые представляют собой один из способов продемонстрировать свое благосостояние. Оставляя большие чаевые в ресторане или щедро жертвуя на благотворительность, мужчина показывает, что он в состоянии отдавать значительные суммы денег.

Мы знаем точно, что пожертвования на благотворительность для мужчины в брачном настроении касаются именно денег. Если мужчинам предоставляется возможность участвовать в благотворительности в другой форме, которая не предполагает финансовых трат или проявления какой-то доблести, они больше не выражают склонности к оказанию помощи. Активизация в мужчинах субличности, ответственной за поиск партнера, не приводила к тому, чтобы они выходили на улицы для уборки мусора или присоединялись к работе добровольцев в парках. Мужчины, похоже, склонны ставить вопрос так: какой смысл в оказании кому-либо помощи, если это не открывает возможностей для траты денег напоказ или проявления мужественности?

Напротив, для женщины оставление щедрых чаевых или пожертвования на благотворительность являются одним из способов демонстрации природной заботливости. Если вокруг есть люди, способные заметить такие поступки женщины, брачная мотивация толкает ее на то, чтобы быть более полезной для окружающих, независимо от того, предполагает ли это денежные траты. Женщины в брачном настроении проявляют повышенную готовность к участию в раздаче супа в приютах для бездомных, обучению детей из бедных семей чтению или выхаживанию больных в госпиталях в свои выходные.

Если мужчины желают продемонстрировать прежде всего размеры своих денежных пожертвований, то женщины хотят обратить внимание окружающих на собственно благотворительный характер их пожертвований.

Женщины выделяются отличными от мужчин способами в силу принципиальных биологических различий в том, что касается их участия в воспроизведении рода. Женская субличность, отвечающая за поиск партнера, не заставляет их забывать о всякой осторожности и совершать отчаянно рискованные поступки.

Но есть одно весьма заметное исключение. Женщины готовы на больший по сравнению с мужчинами риск в тех случаях, когда он предполагает улучшение их внешнего вида. Так, женщины с активизированной брачной субличностью проявляют большее желание принимать средства для похудения, даже осознавая, что позднее это может привести к возникновению проблем с сердцем. И они готовы прилагать усилия к тому, чтобы их кожа выглядела загорелой, хотя понимают, что эти действия способны вызвать рак кожи.

Женщины уделяют огромное внимание тому, чтобы быть самой красивой в своем окружении и рекламировать собственную красоту. Они затрачивают большое количество времени, энергии и денег на выбор одежды, аксессуаров и теней для макияжа, стараясь тем самым повысить свою привлекательность. Ежегодный объем продаж предметов женской моды только в Соединенных Штатах составляет более $100 млрд, более чем в два раза превышая затраты государства на образование!

Американцы также тратят $11 млрд в год на улучшение своей внешности, причем 92% этих расходов осуществляют женщины. Многие дамы регулярно подвергают себя риску инфекций, инвалидности и даже смерти в результате хирургических операций, инвазивных подтяжек и ушиваний — и все это в надежде сделать более явными признаки способности к деторождению. Наиболее популярной косметологической хирургической операцией является увеличение груди, но вообще выбор здесь очень широк, начиная от подтяжки лица и заканчивая созданием «бразильских» ягодиц, когда подкожный жир женщины перемещается в соответствующие места с целью придания им красивой формы и увеличения размеров. А если хирургическая операция кажется вам слишком инвазивной, подумайте о самой популярной нехирургической методике — инъекциях ботокса, которые подразумевают закачивание парализующего токсина в мышцы лица, чтобы уменьшить количество морщин вокруг глаз и рта. Кроме этого женщины тратят миллиарды долларов на книги, журналы и занятия в фитнес-центрах, которые должны помочь им убрать накопленный с годами жир из центральной части тела и подтянуть мышцы ног таким образом, чтобы они выглядели, как у студенток.

Социальный психолог Сара Хилл обнаружила, что женщины рассматривают свои расходы на красоту как траты на необходимость, а не на роскошь. Хилл и ее коллеги изучали вопрос о том, что происходит с затратами женщин на средства, помогающие сохранить красоту, в периоды экономического спада.

Как правило, во время кризисов расходы людей на потребительские товары уменьшаются, особенно на не столь необходимые предметы роскоши. Однако траты на предметы необходимости в эту пору могут и увеличиваться. Например, если кто-то в обычных условиях ест дешевую японскую лапшу «Топ Рамен» один раз в неделю, а более дорогую итальянскую пасту через день, то в период кризиса он переходит на ежедневное потребление «Топ Рамена», увеличивая долю своих трат на эту недорогую еду, чтобы обеспечить себе хотя бы минимум необходимых калорий.

Когда Хилл и ее коллеги исследовали траты женщин в условиях экономического кризиса, они установили, что, хотя в этот период женщины были вынуждены тратить меньше на большинство товаров, они расходовали относительно больше денег на косметическую и другую продукцию, улучшающую их внешний вид. Так, в 2008 году, когда в других отраслях экономики отмечалось рекордное снижение продаж, объемы продаж одной из крупнейших в мире косметических фирм «Лореаль» выросли на 5,3%. Почему происходит это кажущееся

иррациональным выбрасывание денег на косметику в условиях экономического кризиса? Потому что в тяжелые времена для женщин становится еще более важным привлечение к себе внимания желанных мужчин с хорошей работой. Точно так же, как экономическое неравенство повышает склонность мужчин к конкуренции, сложные для экономики времена увеличивают инвестиции женщин в свою внешность.

Брачные узы: игра вокруг удержания партнера

Совсем недавно жена одного из авторов этой книги посетила лекцию, в ходе которой профессор рекомендовал применять рациональные экономические подходы к проблеме решения конфликтов в семье. Его идея состояла в том, что один из супругов должен предоставлять вознаграждение другому супругу за получение того, что он или она хотят обрести в обмен на это вознаграждение.

Например, если мужчина находит секс в данную минуту более желательным, чем женщина, но она любит бывать в хороших ресторанах больше, чем он, жена может оказать мужу сексуальную услугу при условии, что он позже потратится на роскошный ужин. Совет профессора определенно базировался на моделях рациональной экономики. Но если такой уолл-стритовский подход может быть разумным в отношениях между проституткой и клиентом, мы, по правде, не рекомендуем вам применять его в семье.

Взаимообмены между партнерами по долговременным любовным отношениям не походят на отношения покупателя и владельца магазина, но они в то же время отличаются от тех отношений, которые существовали у супругов в период ухаживания.

С точки зрения эволюции мужчины и женщины образуют союз (например, в форме брака), поскольку такие союзы в исторической перспективе выгодны для их детей. Поскольку дети наследуют гены своих родителей, то через них мать и отец становятся в некоторой степени похожими на связанных генами братьев и сестер. Однако, несмотря на совместную передачу генов потомкам, интересы супругов неидентичны интересам братьев и сестер. Если наш брат или сестра идут на свидание с новой пассией, мы считаем это полезным. Если же один из супругов находит нового любовного партнера, муж или жена обычно рассматривают это как существенную потерю и достаточное основание для того, чтобы полностью прекратить отношения с другой стороной.

Разводы с особой силой подчеркивают то обстоятельство, что реальная жизнь и брызги свадебного шампанского — это разные вещи. Когда расходятся семейные пары, прежние любящие партнеры, которые ранее с удовольствием разделяли общий кров в виде дорогих домов, начинают ожесточенные битвы за каждый компакт-диск, вилку, ложку и складной стул. Многие члены распавшихся семей продолжают поддерживать родных детей, но, как правило, любовь между прежними супругами исчезает и любой обмен какими бы то ни было ресурсами, который все же имеет место, оставляет у них ощущение обманутого человека.

Правила поведения партнеров по браку существенно отличаются от тех, которым они следуют при ухаживании. Хотя женщины и склонны к большей избирательности при выборе партнера для кратковременных отношений (вспомните те высокие требования, которые они предъявляют к партнерам на одну ночь), поведение мужчин и женщин в браке имеет больше сходных, чем отличных, черт.

Осуществляя выбор будущей супруги, мужчины хотят видеть у женщины такой же высокий коэффициент умственного развития, какой женщины хотят видеть у мужчины. В принципе вполне возможно участие мужчин в производстве потомства таким же образом, как это свойственно другим млекопитающим, то есть с задействованием весьма ограниченных усилий (некоторые из наших предков получали большую выгоду от многочисленных однодневных связей). Но человеческий вид отличается от 95% других млекопитающих тем, что мужчины обычно остаются с женщиной и прикладывают

существенные усилия к воспитанию родившихся детей. Иногда мужчины остаются в семье до конца жизни, преданно принося домой зарплату, выполняя починку крыши и вынося мусор. Таким образом, после вступления в брак мужчины несут намного больше обязательств по обеспечению семьи, чем в период ухаживания. Поэтому представители сильного пола значительно повышают планку своих требований, когда это касается их будущих партнерш по браку.

Ревность: мужская и женская

Хотя критерии отбора партнеров по браку у мужчин и женщин во многом совпадают, брачные узы и родительские обязанности полностью не стирают различий между полами. И после того как супруги заводят ребенка, в семье всегда остается болезненная биологическая заноза, которая носит название неуверенности в отцовстве. Если отставить в сторону киносюжеты о подмене детей в родильном доме, у женщины никогда нет сомнений в том, что именно она родила данного ребенка. Однако у мужчины никогда нет полной определенности с его отцовством.

Жены сохраняют верность мужьям в преобладающем большинстве случаев, тем не менее мужчина не может быть на 100% уверен в своем отцовстве, если только он не был с супругой каждую минуту судьбоносного овуляционного цикла девять месяцев назад. Исследования показывают, что где-то от 3 до 10% детей не являются биологическими потомками мужчины, числящегося их отцом в свидетельстве о рождении. К этой генетической травме зачастую добавляется еще и юридическая, когда по законодательству многих стран от разведенного мужчины требуются регулярные выплаты алиментов, даже если проба ДНК показывает, что он не является биологическим отцом ребенка, рожденного в прежнем браке.

Неуверенность в отцовстве зачастую порождает интересные различия между мужчиной и женщиной в мотивации ревности. Представьте, что человек, с которым у вас имеются серьезные отношения, вдруг начал испытывать интерес к кому-то другому. Что выведет вас из душевного равновесия больше:

> 1) ситуация, когда ваш партнер влюбляется в кого-то и начинает испытывать к нему глубокое чувство;
> 2) или ситуация, когда ваш партнер имел лишь мимолетную сексуальную связь с этим объектом?

Поставив эти вопросы перед участниками эксперимента, эволюционный психолог Дэвид Басс и его коллеги обнаружили, что мужчины и женщины отвечали на них совершенно по-разному. Примерно 80% женщин сказали, что они были бы сильнее огорчены, узнав, что их партнер испытывает к другой женщине глубокое чувство. В случае с сильным полом все обстояло наоборот. Хотя мужчины и не находили приятной мысль о том, что их партнерша по-настоящему влюбилась в кого-то, они были бы еще больше расстроены, узнав о ее сексуальной неверности. Другие исследователи обнаружили точно такие же гендерные различия в Корее, Японии, Германии, Голландии и Швеции.

> В **действительности, несмотря на то, что мужчины более склонны к неверности в отношениях с женщинами, именно сексуальная измена партнерши с большей вероятностью может привести к разводу.**

Иногда дело принимает еще более серьезный оборот: по всему миру ревность является одной из основных причин убийств, причем вероятность совершения их мужчинами в четыре раза выше, чем женщинами.

С другой стороны, хотя женщина и не должна беспокоиться о том, чтобы случайно не вырастить чужого ребенка, она может столкнуться с потерей поддержки со стороны мужа в

том случае, если он полюбит другую женщину. С учетом того, что любой средний мужчина с готовностью прыгнет в постель к незнакомой женщине, которая предложит ему это в кампусе университета, жена может по достоинству оценить тот факт, что мимолетный сексуальный контакт ее партнера необязательно означает возникновение у него глубокой привязанности к другой. Конечно, женщина вряд ли будет испытывать душевный трепет от разовых похождений мужа, но все же она будет гораздо сильнее озабочена его возможными серьезными любовными отношениями с кем-то. Эта глубокая любовная привязанность может ясно указывать на вероятность того, что мужчина перенаправит свою поддержку с нынешней семьи на другую женщину. Таким образом, судя по всему, психология мужской и женской ревности сформировалась под влиянием тонких различий между полами в репродукции. И как мы увидим далее, эти различия способны повлиять даже на вашу кредитную историю.

Спрос и предложение в отношениях полов

Расстояние между городами Мейкон и Колумбус, расположенными в штате Джорджия, менее 200 км. У них схожая история и одинаковый климат. Однако жители этих двух городов принципиально различаются по тому, как они привыкли тратить деньги. Добропорядочные в целом жители Колумбуса имеют огромную задолженность по кредитным картам, которая в расчете на одного человека превышает такую же задолженность жителей Мейкона на $3479. Почему такая большая разница? Ключ к разгадке таится в другом отличии двух городов. Если в Мейконе, население которого характеризуется чувством ответственности в финансовых делах, на одну женщину приходится всего 0,78 одинокого мужчины, то в потонувшем в долгах Колумбусе на одну женщину приходится 1,18 одинокого мужчины.

В ставшей классической книге Марсии Гуттентаг и Пола Секорда *«Слишком много женщин?»* авторы утверждают, что колебания в соотношении количества взрослых мужчин и женщин в одной местности имеют важнейшее значение для формирования поведения представителей разных полов.

Когда женщины преобладают, что обычно происходит во время и после войн, люди чаще меняют партнеров, позже женятся, больше детей рождается вне брака. Наоборот, когда превалируют мужчины, они становятся более ответственными в своих обязательствах, раньше женятся, меньше бегают по женщинам и больше заботятся об обеспечении семьи.

Все это становится понятным с точки зрения основ брачной экономики.

> **Когда женщин не хватает, они командуют парадом, требуя от мужчин более значительных затрат времени и ресурсов на себя. Но когда не хватает мужчин, они получают возможность легкого установления отношений со многими женщинами, стремятся не связывать себя обязательствами с одной партнершей, поэтому дамы вынуждены снизить уровень требований к мужчинам.**

Гуттентаг и Секорд даже выдвигают предположение, что колебания в соотношении полов имеют отношение к сексуальной революции и такому явлению, как свободная любовь, которые были характерны для США в 1960-1970-х годах. Во времена этих гендерных экспериментов женщин было больше, чем мужчин.

Если вы когда-либо смотрели телевизионные реалити-шоу «Холостяк» или «Одинокая женщина», то, наверное, заметили поведенческие последствия разбалансированного соотношения полов. В шоу «Холостяк», в котором 25 женщин в течение нескольких недель добиваются одного мужчины, дамы становятся ехидными и злыми по отношению друг к другу и одновременно склонными к легкому поведению и более терпимыми к изменам объекта их притязаний. Женщины в шоу явно нервничают, когда их парень гуляет с другой и даже проводит в гостиничном «номере для фантазий» три ночи подряд с разными подругами.

Однако когда соотношение полов предоставляет мужчине свободу действий, женщина мало что может этому противопоставить.

Напротив, в шоу «Одинокая женщина» 25 мужчин претендуют на руку единственной женщины. Перед лицом потенциальной подруги они галантны и утонченны. Мужчины рассказывают, как они хотят остаться с этой женщиной и создать с ней семью. Когда же объекта их притязаний поблизости нет, они вступают в драки. Соотношение полов и проблема насилия — серьезная тема. В Индии соотношение полов сильно меняется в зависимости от местности. Изменение этого баланса всего на 1% вызывает рост количества убийств на 5%! Вообще число убийств существенно возрастает там, где не хватает женщин.

Каким же образом все это связано с задолженностями по кредитным картам в Джорджии? Поскольку в Колумбусе больше свободных мужчин, каждый из них вынужден конкурировать за находящихся в меньшинстве женщин. Один из путей к успеху в этой конкуренции — трата большего количества денег, приобретение дорогих машин и приглашение подруг на свидания в дорогие рестораны. Когда Влад и его команда высчитали соотношение полов в 134 городах Америки, они обнаружили поразительную взаимосвязь между этим показателем, количеством кредитных карт на руках у людей и размером средней задолженности по ним. Чем меньше женщин в городе, тем выше задолженность по кредитным картам и больше число их владельцев.

Хотя эти результаты исследований соответствовали положениям брачной экономики, оставалось неясным, кто же все-таки больше тратит — мужчины или женщины?

Поэтому команда Влада вернулась в лабораторию для проведения более строгих экспериментов. Студентам университета были показаны фотографии с изображением групп других студентов. Кому-то показали фотографии, на которых большинство составляли мужчины, кому-то — фото, где было больше женщин. Затем участникам эксперимента предложили выбор: либо получить $20 завтра, либо $35 — через месяц. Соотношение полов на фотографиях не повлияло на выбор женщин. Но мужчины, которые видели на фото одинокую женщину, окруженную другими мужчинами, сразу становились импульсивными и выбирали получение денег завтра. При этом они не принимали в расчет, что получение денег через месяц будет для них гораздо более выгодным (попробуйте где-нибудь найти возможность вложения денег с доходом в размере 75% в месяц). Когда женщин не хватало, мужчины хотели получить деньги немедленно.

В ходе другого эксперимента его участникам предложили прочесть статьи из газеты «Чикаго Трибьюн», в которых содержались данные о преобладании в городе одиноких мужчин или женщин* Например, заголовок одной статьи гласил: «Меньше женщин в расчете на одного мужчину». Другие участники прочли статью, в которой о соотношении мужчин и женщин говорилось прямо противоположное: в городе меньше мужчин, чем женщин. После этого люди должны были указать, сколько денег они готовы откладывать из месячной зарплаты, а также какую сумму на немедленные расходы они намерены взять в долг по кредитной карте.

Когда не хватало женщин, мужчины были готовы уменьшить свои накопления на 42%. Если они полагали, что при этом им все равно не хватит денег на сегодняшние расходы, они увеличивали задолженность по кредитной карте на 84%. И куда же должны были пойти эти деньги? Разумеется, на женщин.

Если женщин было меньше, мужчины были готовы потратить больше на подарки ко Дню святого Валентина и на обручальные кольца (на $278). С другой стороны, когда женщины полагали, что их меньше, на них было труднее произвести впечатление. Стоило им только прочесть, что в городе имеется избыток одиноких мужчин, как они сразу же начинали думать, что ищущие отношений с ними мужчины будут тратить больше на подарки и обручальные кольца.

Финансовые последствия соотношения полов особенно заметны в Лас-Вегасе, где на одну женщину приходится 1,16 мужчины. Численное преобладание мужчин в этом городе одно из самых высоких в Америке. Лас-Вегас манит мужчин (и их кошельки) иллюзией

изобилия женского пола, но на самом деле в залах его казино мужчин оказывается больше, чем женщин. А когда мужчина в казино окружен множеством других мужчин и лишь небольшим количеством женщин, он склонен играть по-крупному, на чем казино и зарабатывают.

Эффект от соотношения полов выходит далеко за рамки казино или даже Соединенных Штатов. Например, в Китае в настоящее время наблюдается избыток одиноких мужчин в количестве 40 млн человек. В результате обычай выкупа стремительно возвращается в эту страну. За последнее десятилетие в некоторых регионах его сумма выросла в четыре раза. В сельской местности половина мужчин не может позволить себе выкуп за невесту, который иногда доходит до 300 коров. Мужчины в азиатских странах, в которых имеется нехватка женщин, часто платят большие суммы денег за невест из других стран, например из Вьетнама. В свою очередь, мужчины во Вьетнаме уже начинают ощущать необходимость в большем количестве денег для трат на женщин, как это происходит с нашими знакомыми парнями из города Колумбуса, штат Джорджия.

Парни, девчонки и кошельки

Вполне вероятно, что вы никогда не покупали себе жену за 2000 фунтов стерлингов и не пользовались услугами «элитного агентства знакомств» по $31 тыс. за ночь. Но почти наверняка на ваши решения влияло то, какого рода была ваша субличность, отвечающая за поиск партнера, — мужского или женского.

Если вы типичная женщина, вам, наверное, приходилось тратить больше, чем хотелось бы, на косметику, средства по уходу за волосами и стильную одежду. И все для того, чтобы выглядеть еще более образцовой представительницей человеческого вида, способной к деторождению. Хотя вы, может быть, и не подозреваете этого, ваши решения, скорее всего, подвергались влиянию со стороны вашего овуляционного цикла и циклических изменений в состоянии экономики и финансов (как, например, в случаях, когда женщины тратят больше на средства по сохранению красоты в периоды экономического спада).

Если же вы мужчина, то вы потратили бесчисленное количество денег на напитки, цветы и рестораны в стремлении очаровать женщин. Даже если вы не выбрасывали значительные суммы на сверкающие машины, дорогие часы и домашний винный погреб, то, скорее всего, все-таки тихо покупали что-то вкусное той единственной женщине, которой хотели продемонстрировать серьезность своих намерений. То, каким образом вы ежедневно тратите деньги, подвергается влиянию со стороны не только колебаний уровня тестостерона в крови, но и соотношения количества парней и девчонок в данной местности. И хотя многое в таком поведении происходит как бы автоматически, в этих проявлениях отражается работа нашего мозга, созданного для принятия решений, которые в конечном счете являются глубоко рациональными.

Наше путешествие по ареалу обитания рационального животного позволило нам встретиться с широким кругом ярких личностей, таких как рок-идол Элвис Пресли, рэпер-транжира Эм Си Хаммер, провидец в области технологий Стив Джобс и дорогая стриптизерша из Лас-Вегаса по имени Эйприл. В поисках ответов на вопросы о глубинной природе человека мы проехали от Амазонии до Замбии с остановками в Мейконе, штат Джорджия, и мужском клубе в Альбукерке, штат Нью-Мексико.

Теперь мы возвращаемся назад, чтобы еще раз навестить каждую субличность у нас в голове и уделить особое внимание различным паразитам, которые постоянно пытаются туда проникнуть. Как мы увидим, эти паразиты стараются повернуть вашу собственную субличность против вас, используя ваши естественные когнитивные искажения, возникшие в ходе эволюции, чтобы продать вам товары, уговорить сделать те или иные вложения и поэксплуатировать вас любыми другими способами.

Глава 9. Паразиты в охоте за нашей глубинной рациональностью

Кукушка европейская, чей характерный голос запечатлен в часах-ходиках, вряд ли когда-нибудь могла бы претендовать на награду за лучшую родительскую заботу. Если большинство видов птиц терпеливо сидят на яйцах, согревая и защищая их, кукушка просто подкидывает своих драгоценных потомков в виде яиц в чужие гнезда.

Чтобы обманом заставить птиц из других семейств пернатых заботиться об ее отпрысках, кукушка для начала выбрасывает из чужого гнезда яйцо этих ничего не подозревающих птиц и заменяет его собственным, причем часто ловко имитирует окраску своего яйца под соседние.

Но жульничество на этом не кончается. Когда птенец кукушки вылупляется из яйца, он первым делом выталкивает всех других птенцов, оставаясь единственным в гнезде. После исчезновения их законных отпрысков владельцы гнезда переносят всю заботу и внимание на нового единственного птенца. Обманутые родители (как правило, пара тростниковых камышовок), видимо, не замечают, что ухаживают за наглым самозванцем, который вскоре становится в два раза больше них. Любящие мама и папа неустанно трудятся день и ночь, чтобы удовлетворить страшный аппетит огромного молодого кукушонка.

Кукушка являет собой пример особенно бесчестного социального паразита, обманным путем эксплуатирующего родительский инстинкт других птиц для своей пользы. Но паразитизм не редок в животном царстве.

Практически каждый успешный организм привлекает к себе множество пиявок, лентяев, дармоедов и разного рода комбинаторов, которые ищут возможности поживиться за счет его эволюционного успеха. Люди тоже несвободны от паразитов, и те из них, что окружают нас, могут быть самыми разными — от одноклеточных организмов до подобных нам человеческих существ.

Последние таятся среди нас, то рядясь в монашеские рясы, то прикрываясь политическими регалиями, то прячась в отглаженные деловые костюмы. Но больше, чем желание подложить нам свои яйца, их снедает вожделение утащить яйца из нашего гнезда.

Вспомните Бернарда Мейдоффа, бывшего президента американской фондовой биржа NASDAQ, который организовал самую крупную финансовую аферу в американской истории, украв у инвесторов $18 млрд (не путать с 18 млн, которые тоже представляют гигантскую сумму, но в тысячу раз меньшую).

Точно так же, как кукушки используют родительский инстинкт, заложенный в других представителях отряда пернатых, Мейдофф использовал природные инстинкты, заложенные в людях. Кукушка обманывает ничего не подозревающих родителей, подкладывая в их гнездо свое яйцо, имитирующее раскраской родные яйца жертв. Мейдофф же хищнически использовал людей, с которыми был связан узами одной национальности и религии. Уважаемый член тесно спаянного еврейского сообщества, Мейдофф выбирал жертвы среди членов этого же сообщества, в которое входили кинорежиссер Стивен Спилберг, известный писатель Эли Визель, издатель, писатель и магнат в сфере недвижимости Морт Цукерман, старейший американский сенатор Фрэнк Лаутенберг, а также крупнейшее в США еврейское высшее учебное заведение Иешива-университет и Американская сионистская женская организация. Действуя в качестве члена замкнутой группы, Мейдофф делал верящим ему людям специальные предложения. Хотя мы обычно с подозрением относимся к тому, что слишком хорошо звучит, чтобы быть правдой, общие национальные и культурные факторы работали на то, чтобы люди были уверены: им предлагают эксклюзивную сделку. Ощущение национальной общности затрудняло для них обращение к Мейдоффу с серьезными вопросами. Расспрашивать члена своего узкого круга по сложным темам — это все равно как расспрашивать любимую тетушку Милдред относительно ее кулинарных рецептов. Вы же не ведете допросов в семье. Но Мейдофф не помогал членам этого узкого круга, хотя и говорил им, что их инвестиции имели общую капитализацию в $65 млрд, а просто втягивал их в финансирование причудливых идей своего семейного клана.

Причины, по которым люди отдавали свои деньги человеку, не заслуживающему доверия, очень похожи на то, как люди покупают вещи, которые им не нужны, которые они не могут себе позволить или которые им вообще не нравятся.

Точно так же, как в остальном животном мире идут ожесточенные сражения между успешными организмами и паразитами, наши субличности ведут непримиримую борьбу с чужаками, которые хотят использовать их в своих интересах. Принимая образ то готовых к помощи людей, то заботливых политиков, то дружественно настроенных компаний, эти комбинаторы стараются получить выгоду из наших эволюционных нужд, используя нашу природную родовую мудрость против нас. Но мы, вскрывая то, что они не хотели бы нам показывать, можем защитить себя от их злодеяний.

Эксплуатация в природе

Вряд ли эксплуатация представляет собой нечто, в чем люди хотели бы поучаствовать. Но не всегда она является улицей с односторонним движением. Возьмите, например, отношения между рыбой-клоуном, или амфиприоном, и морской актинией. Рыба-клоун использует актинию, прячась среди ее щупалец в поисках безопасности. Но рыбка платит за эту услугу тем, что съедает паразитов, которые могут навредить актинии. Таким образом, рыба-клоун получает убежище и пищу, а актиния — очень необходимую для себя чистку. Каждый выигрывает. Биологи называют такой вид двустороннего взаимного использования, в котором каждая из сторон остается в выгоде, *симбиозом* .

В других случаях эксплуатация организмом другого организма не приносит последнему особой выгоды. Это, в частности, относится к взаимодействию жука и бизона, когда первый использует второго для путешествий на далекие зеленые поляны. Для описания такого вида односторонних отношений, при которых один выигрывает, а другой не получает ни большой выгоды, ни особых потерь, биологи используют термин *комменсализм* .

Одним из примеров комменсализма являются тесные отношения между обыкновенной прилипалой, или акульей реморой, и китовой акулой. Реморы с помощью особого диска на поверхности головы прикрепляются к китовой акуле, которая склонна к неаккуратному потреблению пищи. Когда остатки пищи выпадают из пасти акулы, прилипала отсоединяется от нее и подбирает их. В этих прилипчивых отношениях рыба-прилипала выигрывает, а акула и не выигрывает, и не проигрывает.

Но в некоторых случаях эксплуатирующая сторона приносит вред эксплуатируемой, например, когда комар или клещ высасывают кровь млекопитающего животного. Такие отношения биологи называют *паразитизмом* , подразумевая, что одна сторона от этого контакта выигрывает, а другая несет какой-то урон. Большинство паразитов в своих аппетитах имеют некий встроенный ограничитель, поскольку их собственное существование зависит от выживания используемого ими объекта. Если паразиты становятся слишком жадными, другая сторона может погибнуть, как в случае со слишком активными вирусами, способными погубить питающий их организм.

Но даже разумные природные сдержки и ограничители иногда не в состоянии противостоять жадности отдельных разновидностей паразитов, которые зачастую буквально высасывают жизнь из поражаемых ими объектов. Так, земляная оса парализует гусеницу, а затем откладывает яйца в ее еще живом теле, которое становится таким образом источником пищи для рождающихся из этих яиц личинок осы. Земляная оса получает значительную выгоду, однако гусеница гибнет.

Подобно животным, люди могут использовать нас во взаимовыгодных отношениях, как это делает реклама одежды, привлекающая наше внимание

к новым моделям, которые в действительности позволяют улучшить наш внешний вид.

В других случаях люди-паразиты используют нас с не очень большими потерями с нашей стороны. Например, официант в ресторане притворяется, что сообщает инсайдерскую информацию о хорошей бутылке вина, хотя на самом деле он преследует свою выгоду в виде возможных более щедрых чаевых. Но иногда люди-паразиты плотно оседлывают наши эволюционные склонности и предпочтения, чтобы высосать из нас все сбережения, как это делают с инвесторами строители финансовых пирамид типа Берни Мейдоффа.

Давайте посмотрим, как наши потребности, унаследованные от предков, подставляют нас под разные виды эксплуатации, начиная от выгодных для нас и заканчивая имеющими вредные последствия.

Для этого мы исследуем наши отношения как отношения друзей-врагов с рекламщиками Мэдисон-авеню, с финансистами Уолл-стрит и киноолигархами с Голливудского бульвара. Помимо прочего, мы попытаемся вскрыть тайное взаимодействие между компаниями — производителями обуви, известной фирмой по выпуску всевозможных открыток «Холлмарк Кардз», крупными производителями ювелирных изделий и нашими ослепленными их блеском субличностями.

Почему мы покупаем

Слово «торговец» у большинства людей обычно не вызывает позитивных ассоциаций. Напротив, оно может напомнить нам о тех лихих авторах рекламы «Новое и улучшенное!», которая сверкает фосфоресцирующими буквами на новой блестящей упаковке того же самого товара, который и раньше был неплохим.

Но не все эти торговцы относятся к типу ребят с Мэдисон-авеню — центра рекламной индустрии США. Иногда они бывают очень даже полезными, помогая людям определить, что им на самом деле нужно, и затем удовлетворяя их нужды.

Если вы мечтаете об автомобиле с низким показателем выброса углекислого газа, то хорошие специалисты по маркетингу помогут вам определиться, расскажут все о производстве таких машин, а потом предоставят информацию об их наличии на рынке и технических характеристиках. Хотя формально специалисты по маркетингу вроде бы используют покупателя в своих интересах, но такая эксплуатация зачастую становится взаимовыгодной, подобно симбиозу в отношениях между рыбой-клоуном и морской актинией. Вы хотите экологичную машину, и дилеры готовы подобрать автомобиль, который в наибольшей степени соответствовал бы вашим потребностям.

Если вы производите товар или оказываете услугу, то вам очень полезно смотреть на мир с эволюционной точки зрения. Повсюду в мире люди испытывают те или иные нужды, определяемые ходом эволюции, и эти основополагающие потребности оказывают глубокое влияние на наши решения.

От Алабамы до Занзибара люди ощущают необходимость в общении с друзьями, завоевании уважения, самозащите от агрессии, предотвращении болезней, привлечении брачного партнера, сохранении любовных отношений и проявлении заботы о семье.

Даже если люди заявляют, что некоторые из этих потребностей не оказывают никакого влияния на совершаемый ими выбор, мы знаем, что человеческий мозг настроен таким образом, чтобы добиваться достижения целей, оставленных нам нашими предками.

Осознаете вы это или нет, но даже ваше желание приобрести экологичную машину может быть обусловлено глубинными мотивами, не имеющими никакого отношения к сохранению окружающей среды или экономии денег на бензине (вспомните исследование по поводу «заботиться об экологии, чтобы вас заметили»).

Ежегодно люди тратят миллиарды долларов на товары и услуги, которые удовлетворяют их нужды, порожденные эволюцией. Необходимость в присоединении к

группе обеспечивает существование индустрии мобильной связи с оборотом около $160 млрд в год (и это только в Соединенных Штатах) и позволяет людям, сильно озабоченным потребностью в контактах со знакомыми, общаться с ними даже в пробках, посылая СМС типа: «Ты шутишь? Это слишком хорошо, чтобы быть правдой!.. Всемирный фонд защиты животных!.. Удар!.. :<)». Потребность в статусе заставляет людей покупать горы вещей и способствует формированию целой новой отрасли с ежегодным оборотом в $22,6 млрд, призванной удовлетворить нашу страсть к складированию, — производства домашней мебели типа стеллажей, полок и т. д.

Потребность в самозащите от злоумышленников обеспечивает работой имеющую оборот $29 млрд индустрию по производству охранных систем, которыми мы наполняем наше жилище, чтобы отпугнуть незваных гостей (в 29 млрд не включены заборы — это отдельная отрасль с оборотом $7 млрд). А потребность в защите от болезнетворных микробов обусловливает существование индустрии по производству мыла, стирального порошка и других моющих и чистящих средств (с годовым оборотом $22 млрд), с помощью которых мы уничтожаем все эти противные микроорганизмы в наших домах, на нашей одежде и нашем теле.

Если вы чисто вымылись, прихорошились и собираетесь на свидание, то вы, скорее всего, воспользовались услугами служб интернет-знакомств (у которых тоже миллиардные обороты), или товарами имеющей такие же гигантские обороты отрасли, производящей косметику, одеколоны, чистящие кремы и средства по уходу за телом, или услугами фитнес-клубов. И все это для того, чтобы хорошо выглядеть на свидании.

Когда вы, наконец, нашли свою половину, в создании с ней постоянных уз вам поможет дающая ежегодный оборот в $70 млрд свадебная индустрия (прибавьте несколько миллиардов долларов, которые стоят путешествия молодоженов). А если вам этого мало, то потребность в заботе о близких добавляет еще многие миллиарды наших расходов на родственников, молодых и пожилых. Например, это $57 млрд в год на обеспечение ухода за престарелыми, 21 млрд на игрушки, которые включают в себя кукол-принцесс и фигурки героев классических мультфильмов Уолта и Роя О. Диснея (но расходы на посещение парков развлечения корпорации «Дисней», проживание в гостиницах корпорации «Дисней», приобретение фильмов братьев Дисней, записей музыки к этим фильмам, оплата телеканала корпорации «Дисней» и организуемых корпорацией «Дисней» круизов — это отдельная статья, помимо игрушек).

Потребность в общении с друзьями, в самозащите, в статусе, в возлюбленных и семьях заставляет нас раскошеливаться и платить производителям товаров, удовлетворяющих нужды, оставленные нам в наследство предками. А производители, в свою очередь, платят какую-то долю маркетологам, которые обеспечивают доведение до нас информации о товарах и возможностях их приобретения.

Пока все идет нормально — выгоду получают все. Но даже отношения симбиоза могут иногда попадать в серую зону. В какой же точке отношения между производителями, продавцами и потребителями пересекают грань, отделяющую симбиоз от паразитизма? И как увидеть эти отличия?

Как заставить людей больше платить и покупать

Если вы зарабатываете на жизнь, что-то продавая, то принципы экономики предполагают, что вы должны стремиться продать как можно больше товаров по как можно более высокой цене. Разумеется, это легко только на первый взгляд. В Америке из всех бизнес-проектов 34% прекращают существование в первые два года, и еще 56% — в первые четыре года.

Для любого потенциального крупного капиталиста самый важный вопрос заключается в том, как, во-первых, заставить людей покупать продукцию и, во-вторых, как заставить людей платить за нее больше.

С эволюционной точки зрения обе эти проблемы имеют удивительно простые решения.

Давайте представим, что вы создаете предприятие по производству обуви под названием «Сапожник на углу» и пытаетесь определиться, сколько брать с покупателей за ваш товар. Если вы воспользуетесь наиболее распространенной стратегией ценообразования — «расходы плюс», то вы возьмете расходы на производство обуви и прибавите к ним некоторую сумму, которая будет составлять вашу прибыль. Но производство обуви может оказаться дорогим делом, и очень скоро вы поймете, что люди не хотят много платить за вещь, которая имеет весьма утилитарное назначение — защищать подошвы наших ступней.

Однако те же самые люди будут готовы заплатить гораздо больше за ту же пару обуви, если они получат уверенность в том, что эта обувь способствует достижению ими каких-то других социальных целей, например придаст им солидный внешний вид или повысит их статус в глазах окружающих. Когда обувная фирма хочет назначить более высокую цену за предлагаемый ею товар, она должна убедить покупателя в том, что приобретаемая им обувь не простая. При таком подходе фирма может получить $150 за пару обуви, производство которой стоит лишь $15, даже если покупатели будут сознавать, что более статусная кожаная вещь защищает их ноги ничем не лучше, чем такая же, но стоящая в два раза меньше.

Торговцы, эксплуатирующие наши эволюционные потребности, могут заставить покупателей заплатить больше за товар, который, как им кажется, удовлетворяет эти нужды, независимо от подлинного функционального предназначения вещи.

Это как раз то, что позволяет рекламным компаниям с Мэдисон-авеню работать столь эффективно. Рекламный бум в XX веке произошел не для того, чтобы просто информировать покупателей о товарах. Он превратил эти товары в нечто большее, чем сумма входящих в них частей. Когда в последний раз вы наблюдали рекламу автомобиля, в которой говорилось бы: «Модель Б действительно весьма эффективна для доставки вас из точки А в точку Б» ? Вы редко видите такую рекламу потому, что маркетологи сознательно раздувают вокруг современных автомобилей миф о том, что эти изделия сегодня — нечто большее, чем просто средство передвижения. В настоящее время они превращаются в символ вашего статуса, площадку для семейного отдыха, мускулистые скульптуры с сексуальными обводами, место для встреч с друзьями и высокозащищенные стальные системы, которые позволяют вам чувствовать себя в безопасности в любой ситуации.

В этом отношении автомобили не являются чем-то особенным. Современная одежда — это больше, чем вещи, предназначенные для защиты нашего тела от окружающей среды, современные дома — это не просто крыша над головой, а современная пища — это не только средство для удовлетворения нашей естественной потребности в питании.

Если бы это было не так, то вокруг нас пестрели бы простые рекламные объявления типа «Приходите в ресторан “Оливковая Роща” — здесь вы получите необходимые вам калории!» или «Если вы хотите настоящей пищи — то не пропустите красного омара!». Однако, чтобы склонить нас к лишним затратам на товары, торгующие компании убеждают нас, что мы платим не просто за креветки, не просто за машину и не просто за рубашку. Эти вещи становятся дороже, если они удовлетворяют наши потребности, унаследованные от предков.

Давайте вернемся к вашей обувной компании «Сапожник на углу». Если вам удастся сделать так, чтобы ваша обувь производила впечатление, будто она способна удовлетворить статусные потребности покупателя, вы сможете продать ее по более высокой цене. Вероятно, вы даже захотите сменить название фирмы на «Нежная лапка». Но достижение вами цели продать как можно больше товара неизбежно столкнется с одним естественным

препятствием: недостаточным количеством потребителей. Обувь довольно долговечна, поэтому людям не нужно иметь ее много. Или нет?

Сто лет назад средний американец имел примерно две пары обуви: одну для ежедневной носки и вторую — для выходов в погожие воскресные дни. С учетом утилитарной функции обуви — защищать наши ноги — владение двумя парами было вполне достаточным для обеспечения этой потребности. А если обувь способна помочь удовлетворению наших разных потребностей? И что еще более важно: а если для удовлетворения наших разных потребностей были бы необходимы разные пары обуви?

Какая-то обувь подчеркнет ваш статус на работе или спортплощадке (бренды Бруно Мальи или Майкл Джордан). Другая будет хороша при поиске брачного партнера (подумайте о бренде Маноло Бланик). Есть обувь, которая подойдет для занятий спортом (кроссовки «Норс Фейс» или «Скетчерс»), И конечно, нужна легкая и простая обувь для вылазок на природу с друзьями, удобная и мягкая обувь для дома, а также прочная и надежная для непогоды.

Заставило ли развитие обувной промышленности простых американцев покупать больше обуви? Держим пари, что да. Сегодня типичный американец имеет пять пар обуви, а американка — семь. В более состоятельной прослойке американских граждан, по данным журнала «Тайм», мужчина владеет 12, а женщина — 27 парами обуви. 19% американцев имеют более 50 пар, приближаясь по этому показателю к бывшей первой леди и большой любительнице красивой обуви Имельде Маркос. Это хорошие новости для вашего обувного бизнеса. Вместо того чтобы считать удачной продажу одному покупателю в лучшем случае одной пары обуви, вы можете теперь рассчитывать на продажу семи пар.

В конце концов, все ваши эволюционные потребности очень важны, и каждая субличность должна удовлетворить свою потребность в обуви собственной парой.

В разных отраслях производители, эксплуатирующие наши эволюционные потребности, сумели с успехом убедить покупателей в том, что им нужны различные варианты по сути одного и того же товара. Как в случае с обувью, каждый из таких вариантов нацелен на разные субличности человека.

Подумайте о поздравительных открытках. Как часто вам нужно поздравлять людей? Оказывается, довольно часто, что отражается в обороте производящих открытки компаний, составляющем $5,7 млрд в год. Корпорации типа «Холлмарк» приложили руку к тому, чтобы создать целую культуру праздников и «особых случаев», по которым необходимо поздравление. И многие из этих поздравлений адресованы нашим разным субличностям. Со счастливым приобретением брачного партнера — День святого Валентина! Со счастливым удержанием партнера — годовщины наших свадеб! Со счастливым предотвращением болезни — «Поправляйтесь!». С удачным повышением статуса — «Поздравляем!». Со счастливым присоединением к группе — ах, вы забыли разослать открытки со словами благодарности, ничего, тогда направьте открытки со словом «Извините!». Со счастливым событием в семье — «Мы ждем ребенка!». Какую тут открытку послать: «С рождением сына!» или «С рождением дочери!»? Конечно, нельзя забыть поздравить женщину, которая всю жизнь заботилась о вас, — «С Днем матери!». И не забудьте послать еще одну открытку компании «Холлмарк» с поздравлениями вашему отцу по случаю празднования Дня отцов.

Если же вы хотите поздравить людей более обстоятельно, вам следует направить им и подарок. Возможно, это будет букет цветов или набор конфет. А может, и что-то более практичное, например подарочные чеки в крупнейшие магазины «Амазон» или «Айтьюнс». По праздникам или особым случаям, как правило, организуются праздничные мероприятия. И будет неправильно, если мы не дадим нашим соседям возможности увидеть, насколько праздничное у нас настроение. Поэтому мы приобретаем различные украшения — на Пасху, Хэллоуин, День благодарения и, конечно, самый главный и любимый праздник для всех — Рождество. Месяц между Днем благодарения и Рождеством — это вакханалия траты денег

— на сумму $165 млрд в год. И на то, чтобы называть пятницу после Дня благодарения «черным днем», есть веская причина: в этот день многие производящие и торговые компании делают в своих бухгалтерских книгах запись черным цветом (означает позитивный баланс) в результате того, что миллионы покупателей только что так хотели потратить свои деньги, что ночью выстраивались у магазинов в очереди.

Что это — симбиоз или паразитизм? Получают ли производители и покупатели взаимную выгоду от того, что последних побуждают к приобретению все новых пар обуви, новых поздравительных открыток и новых подарков по случаю все возрастающего количества праздников и особых случаев?

Вместо того чтобы действительно удовлетворять наши эволюционные потребности, подобные покупки скорее просто заставляют нас думать, что наши нужды удовлетворяются.

Это происходит из-за того, что производители и торговые компании, получающие прибыль от наших трат, обращаются к нашим исторически сложившимся инстинктам, перекрашивая любой товар таким образом, чтобы он взывал к потребностям, унаследованным нами от предков, даже не имея к ним никакого отношения. Вам нужно привлечь партнера? Тогда как насчет новой пары обуви? Вы хотите повысить свой статус? Тогда как насчет новой пары обуви?

Среди примеров эксплуатации в природе отношения между потребителями и охотящимися за ними производителями и торговцами могут быть в большей степени отнесены к комменсализму, то есть чему-то среднему между симбиозом и паразитизмом. Многие производители похожи на акулью ремору, присасываясь к кошелькам и подбирая деньги, которые вываливаются из них во время наших не очень аккуратных трат. Конечно, это не так шокирует, как если бы кто-то отложил в вашем теле яйца для поддержания жизни своего потомства, правда? Так вот далее вы увидите, что такая мысль — это как раз то, что «они» пытаются вам навязать.

Плавание (и расходы) в кишащих паразитами водах

Желтый акантурус, или рыба-хирург, представляет собой морское животное с яркой окраской, обитающее в тропических водах Индийского океана. Когда ему нужно почистить жабры, он ныряет на глубину в поисках существа, с которым живет в симбиозе, — рыбы-губана.

Акантурус узнает губана по яркой горизонтальной полосе, которая проходит вдоль всего его тела. Но до того, как акантурус допустит губана к жабрам и рту, последний должен исполнить некий секретный ритуал, являющийся своего рода кодом к имеющемуся у акантуруса природному механизму, похожему на банкомат.

Обычно эта кодовая защита работает хорошо, за исключением случаев, когда поблизости появляется другая маленькая рыбка, которую называют саблезубой морской собачкой. Она очень похожа на губана по размерам и внешнему виду. Более того, у нее есть такая же яркая полоса вдоль всего тела. При приближении акантуруса рыба-собачка тоже исполняет секретный ритуал, в результате чего получает доступ к важным органам акантуруса. Однако вместо обслуживания клиента морская собачка впивается саблевидными зубами в его тело и отхватывает у ничего не подозревающей рыбы-хирурга кусок живой ткани. Таким образом, рыба-собачка не только не становится инструментом помощи акантурусу в борьбе с паразитами, а сама оказывается замаскированным паразитом.

Подобно саблезубой рыбе-собачке, социальные паразиты в человеческой среде стараются выглядеть добропорядочными людьми.

И они знают правила завоевания нашего доверия. Но если вы их подпустите к себе, они

оберут вас, отхватив солидный кусок содержимого вашего кошелька. Давайте же рассмотрим места, в которых наши сформировавшиеся в ходе эволюции склонности могут открыть нас для эксплуатации со стороны этих прячущихся поблизости социальных паразитов.

Сколько вы заплатите за кусок камня?

Первый известный случай преподнесения бриллиантового обручального кольца имел место в 1477 году, когда великий герцог австрийский Максимилиан подарил его Марии Бургундской. Позже представители династии королевы Виктории регулярно обменивались бриллиантовыми кольцами в знак «благодарности» и в качестве подарков к дням рождения. Но большинство людей вообще ничего не слышали о бриллиантах вплоть до 1930-х годов, когда компания «Де Бирс» развернула мощную кампанию, направленную на эксплуатацию людских инстинктов.

«Де Бирс» была основана в качестве горнодобывающей компании в 1888 году, после того как в окрестностях нынешнего города Кимберли в Южной Африке был найден алмаз весом в 83,5 карата. Финансируемая кланом Ротшильдов компания быстро подмяла под себя более мелкие горнодобывающие предприятия и выросла в маленькую империю. В 1927 году Эрнест Оппенгеймер, иммигрант из Германии, ранее основавший другую горнодобывающую компанию, поддерживаемую известным американским финансистом Дж. П. Морганом, сумел перехватить контроль над «Де Бирс» и значительно увеличить объем добычи ею алмазов.

Оппенгеймер с течением времени начат беспокоиться о том, что открытие в Африке все новых и новых алмазных копей может обрушить рынок и привести к снижению цен на алмазное сырье.

Сегодня некоторые эксперты утверждают, что если бы цены на бриллианты определялись свободным рынком, то один карат драгоценного камня стоил бы от $2 до $30. Но скорее всего, вы или тот, кто любит вас, должны заплатить за кусочек плотного минерала с графитовой структурой значительно больше. И за это нужно благодарить корпорацию «Де Бирс».

Чтобы удерживать цены на алмазы и бриллианты на высоком уровне, Оппенгеймер консолидировал «Де Бирс» в алмазный картель. Получив контроль над производством и продажей 90% бриллиантов в мире, Оппенгеймер принялся искусственно ограничивать их предложение на мировом рынке, подчеркивая таким образом «редкость» бриллиантов.

Это важно, потому что людей по их природе привлекают вещи и возможности, которые считаются уникальными. Роберт Чалдини, наш учитель и автор книги «Психология влияния»[19], провел несколько лет, неофициально изучая аферы, организовывавшиеся агентами страховых компаний, продавцами подержанных автомобилей и руководителями различных религиозных сект. Он обнаружил, что многие из этих мошенников эксплуатируют желание людей обладать вещами, о которых они думают как о редких. Манипулируя поселившейся в головах людей мыслью о редкости бриллиантов, «Де Бирс» смогла привлечь к себе людей, словно ночных бабочек на неоновый фонарь, с целью выкачивания из них все большего количества денег.

Хитрость с рекламированием «редкости» бриллиантов, несомненно, была направлена на использование людей, но дальнейший ход событий показал концерн «Де Бирс» подлинным социальным паразитом. В придачу к получению контроля над добычей алмазов и сбытом бриллиантов, «Де Бирс» подмяла под себя и еще одну важнейшую составляющую алмазного бизнеса — маркетинг. «Драгоценный камень является исключительно предметом роскоши. Он не имеет никакой материальной полезности, — признался однажды Оппенгеймер. — Мужчины и женщины хотят иметь бриллианты не для того, чтобы что-то

---

[19] *Чалдини Р.* Психология влияния. — СПб.: Питер, 2014.

делать с ними, а для того, чтобы удовлетворить свои желания». «Де Бирс» необходимо было сформировать в людях эти желания, то есть воспитать в них страсть именно к бриллиантам. И чтобы создать идею, которая превратила бы кусок камня в наиболее желанный на земле товар, корпорация обратилась в рекламную Мекку — на Мэдисон-авеню.

В 1947 году Фрэнсис Герети, молодая сочинительница рекламных слоганов, работала в рекламной компании «Н. В. Айер и сын», сотрудничавшей с концерном «Де Бирс». Хотя Фрэнсис в течение жизни так ни разу и не вышла замуж, она оставила глубокий след практически во всех свадебных церемониях Америки, придумав чеканную рекламную фразу «Бриллианты — это навсегда». Журнал «Век рекламы» признал эту фразу лучшим рекламным слоганом XX столетия. Фраза «Бриллианты — это навсегда» сопровождала многочисленные рекламные кампании, в центре которых находилась женщина неземной красоты, страстно желающая вечной любви, которая символизировалась бриллиантовым обручальным кольцом.

Эксплуатируя мифологические мотивы любви, окружающие бриллианты, слоган, помимо прочего, ловко намекал на то, что женщины всегда будут привязаны к своим бриллиантам до конца жизни («Я никогда не ненавидела мужчину настолько, чтобы вернуть ему полученные от него бриллианты», — заметила однажды известная американская киноактриса Жа Жа Габор).

Замечание о сохранении женщиной бриллиантов было нацелено на предотвращение появления вторичного рынка для побывавших в употреблении драгоценных камней. Фокус состоял в том, чтобы убедить людей: к бриллианту одной женщины не может прикасаться другая (попробуйте, например, вручить вашей невесте бывшее в употреблении кольцо, изначально предназначенное для другой, незнакомой женщины). Утверждая, что настоящая любовь может быть выражена только через посредничество новенького бриллиантового кольца, корпорация «Де Бирс» сумела сохранить за собой контроль над оптовым рынком бриллиантов, дав возможность розничным торговцам продавать бриллианты по высоким ценам, не опасаясь конкуренции со стороны вторичных рынков.

«Де Бирс» организовала идеальный паразитический заговор. После искусственного превращения своего продукта в редкий товар концерн через маркетинговую стратегию постоянно активизировал в людях их субличность, которая особенно боится нехватки чего бы то ни было, — субличность, отвечающую за приобретение партнера. Как уже говорилось в предыдущих главах, эта субличность особо благоволит к редким и дефицитным вещам. Ее легко заманить в ресторан, который «лежит вдали от проторенных дорог», или завлечь товарами «ограниченной серии».

Всего через 30 лет после запуска рекламной кампании «Бриллианты — это навсегда!» бриллиантовое кольцо стало считаться не предметом роскоши, а предметом первой необходимости в современном ритуале обручения. Уже в 1960-х годах 80% американских невест стали требовать — и получать — кольцо с бриллиантами.

Сегодня этот показатель остается примерно на том же уровне, а средняя стоимость обручального бриллиантового кольца составляет $3200 (изначально «Де Бирс» исходила из того, что мужчина должен потратить свой месячный доход на кольцо невесте, но позже концерн поднял монетарное выражение женской любви до двух месячных доходов). В своих аппетитах на прибыль «Де Бирс» не ограничилась Америкой. В таких странах, как Япония, где никогда не существовало традиций романтической свадьбы, продажа бриллиантовых колец для невест сталкивалась с определенными трудностями. Но корпорация «Де Бирс» сумела убедить субличности японцев, отвечающие за поиск партнера, начать расставаться с деньгами ради сверкающего кусочка графита. Если в 1967 году бриллианты носили только 5% японских невест, то к 1990 году этот показатель увеличился до 77%.

Свое кольцо для каждой субличности

«Де Бирс» наполнила свои сейфы деньгами, эксплуатируя нашу субличность,

отвечающую за приобретение партнера. Но ювелирная промышленность не превратилась бы в монстра с годовым оборотом в $150 млрд, если бы она ориентировалась только на одну субличность человека. Обручальное кольцо можно надеть лишь на один палец, а ювелиры не могли не заметить, что пальцев у нас десять, причем девять из них остаются ничем не украшенными, что противоречит соображениям прибыли. Но, слава богу, в настоящее время уже изобретены кольца или другие ювелирные изделия для каждого свободного пальца, запястья, колена, пальца на ноге, шеи, живота, уха, носа, надбровий, подбородка, соска груди и губ (как в верхней, так и в нижней части тела).

После того как «Де Бирс» завоевала четвертые пальцы женщин на левой руке, концерн приступил к операции по покорению четвертых пальцев у них же, но на правой руке. При этом « Де Бирс» воздействовала на женскую статусную субличность. «Ваша левая рука говорит “Мы”, ваша правая рука говорит “Я”», — провозгласил концерн в своей рекламе. В конце концов какой есть более подходящий способ для женщины показать свою независимость, как не покупка бриллиантового кольца лично для себя? (Конечно, в дополнение к обручальному кольцу, а не вместо него.) Ювелирная фирма «Квиат» предлагает целую серию бриллиантовых колец для правой руки стоимостью около $5000, но вы можете поискать себе колечко и в не очень дорогом универмаге «Уолмарт», где изделие под названием «Ради независимости» (сверкающий символ вашего женского духа) идет в розницу всего за $389.

Разумеется, не только женщины заявляют о своем статусе с помощью ювелирных украшений. Даже если мужчины не стремятся выглядеть как известный чернокожий актер Мистер Т., который носит около десяти килограммов золотых цепей на шее, представители мужского пола из всех слоев общества не прочь украсить себя сверкающими изделиями из драгоценных камней и металлов. Например, в мире профессионального спорта настоящей спортивной наградой считается перстень, который вручается каждому игроку команды, победившей в соответствующем чемпионате. Один профессиональный игрок в американский футбол описывал идеальный перстень победителя как «перстень на десять столов», имея в виду, что в ресторане другие посетители могли бы видеть это украшение в радиусе десяти столов от обладателя. Перстень для игроков победителя Суперкубка 2011 года — команды «Грин-Бэй Пэкерс», видимо, достигал такой цели — он был украшен более чем сотней бриллиантов.

После того как вы заявили о своем статусе и продемонстрировали глубокое чувство к любимому человеку, вам нужно удержать его возле себя, находя способы обеспечения сохранения его любви к вам. Но каким образом? У «Де Бирс» и здесь есть подходящий ответ: «Скажите своей любимой, что вы готовы еще раз жениться на ней, преподнеся ей бриллиантовое кольцо на юбилей вашей свадьбы». А если вы в действительности хотите продемонстрировать супруге свою вечную любовь, то в дополнение к юбилейному кольцу можно купить целый сет, состоящий из бриллиантового колье, сережек и браслета. Когда же дарить любимой кольца на юбилеи становится для вас слишком скучно и предсказуемо, «Де Бирс» предлагает «кольцо вечности» (символ вечного восхищения и благодарности) и «кольцо-трилогию» (представляющее прошлое, настоящее и будущее ваших отношений). «Де Бирс» действительно способна убить много зайцев одним драгоценным камнем (или просто камнем, чем он в действительности является для корпорации).

Ювелирные изделия призваны делать нечто большее, чем удовлетворять наши нужды в приобретении партнера и его удержании, а также демонстрации нашего статуса.

Есть еще браслеты, даримые в знак дружбы, кольца и перстни, преподносимые в знак вечной дружбы и предназначенные для того, чтобы держать нас в контакте с «друзьями на всю жизнь», не говоря уже о «школьных» перстнях, назначение которых состоит в том, чтобы давать нам ощущение дружеской связи с соучениками по местной школе или университету.

Если вы являетесь родителем, лучшим для вас способом выразить свою любовь к ребенку является преподнесение ему или ей кольца либо перстня в связи с окончанием школы. Они, со своей стороны, должны приобрести родителям что-то из ювелирных изделий по многочисленным «особым случаям» (Tiffany & Co. предлагает брошь в виде бабочки ко Дню матери за $7900, а если у вас напряженно с деньгами — то украшение в виде сердечка с надписью «Моей маме» всего за $1275). Чтобы удовлетворить нашу самозащитную субличность, «интуитивный художник-ювелир» Робин А. Хартон предлагает серию доступных украшений, которые должны защитить нас от негативной энергии, криминальной агрессии, радиации, травм, дьявола и дурного глаза, а также ювелирные изделия, обеспечивающие «защиту от всего».

Ювелирные изделия превращаются также в удивительный эликсир, который способен помочь победить болезни.

Это специальные ожерелья и браслеты с закодированной в них лечебной информацией, или так называемые энергетические браслеты. Например, известная фирма «Цептер» предлагает ювелирные изделия с магнитным эффектом, которые должны «излечить от многих болезней, включая артрит, проблемы с сосудами, мигрень и онемение плеч». Хотя вера в то, что кусочек ценного металла сделает здоровее или принесет им лучшее самочувствие, может показаться глупой, миллионы людей вокруг страстно желают удовлетворения своих эволюционных потребностей в избегании болезней. И в какую бы сторону они ни обратили взор в этом своем стремлении, повсюду их поджидают разные паразиты, готовые забрать их деньги.

Вам эту таблетку, сэр?

В последние десятилетия происходит подлинное заражение домов американцев паразитами. Но это не обычные паразиты, как мы их себе представляем, например клопы или саранча. Эти существа приняли форму таблеток. Лекарства от Абилифай, Аддералл и Амбиен до Зофран, Золофт и Зипрекса, продающиеся по рецептам, заполнили шкафчики в наших ванных комнатах, словно плесень, которая вырастает иногда на стенах цокольных этажей наших домов. Если в 1929-м на среднего американца выписывалось два рецепта в год, то к 2006 году на каждого ребенка выписывалось четыре, на каждого взрослого — 11, а на каждого человека старшего возраста — 28 рецептов. В 2012 году в общенациональный каталог выписываемых врачами лекарственных средств вошло 1080 различных наименований, а общий объем продажи лекарств в Америке составил $307 млрд, что почти равно сумме, необходимой на покрытие золотом всех национальных дорог, связывающих друг с другом штаты Америки.

Не приходит ли на ум по поводу всех этих глотаемых таблеток мысль о том, что нас постигло какое-то новое бедствие? Так оно и есть! Нас накрыло массовое наступление паразитов, ловко использующих наши склонности, унаследованные от предков.

Гигантский рост потребления лекарств частично происходит из-за так называемой прямой рекламы, которая обращается прямо к потребителю (рекламные объявления типа «спросите себя как врача»).

Такая реклама пытается обойти традиционного посредника в сбыте фармацевтической продукции (врача), наделяя нас полномочиями быть врачами самим себе. Вместо того чтобы ждать постановки диагноза врачом, реклама призывает вас самих поставить себе диагноз и прописать лекарство.

Это равноценно тому, чтобы послать вашу субличность, отвечающую за избежание болезней, в кондитерский магазин, где каждое недомогание, икота или отклонение в поведении одним взмахом руки может привести к приобретению еще одной баночки ярких

лекарств. Устали? Плохое настроение? Кашляете? Чихаете? Испытываете депрессии? Волнуетесь? Нервничаете? Слишком высокий холестерин? Слишком низкий холестерин? Не можете проснуться? Не можете заснуть? Что бы вас ни беспокоило, вам в любом случае поможет соответствующее лекарство. Как вспоминает комик Крис Рок, в одной рекламе он увидел вопрос: «Вы засыпаете по ночам и просыпаетесь по утрам?» На это Рок усмехается: «Вот именно». У вас проблемы со сном? Не беспокойтесь, у нас есть кое-что, чтобы помочь вам заснуть, и еще кое-что, чтобы ваш сон не прерывался, и еще кое-что, чтобы вы проснулись утром. А если вы испытываете волнение относительно принимаемых лекарств, то вот вам еще таблеточка, чтобы успокоиться.

Разумеется, фармацевтические компании выпускают и такие лекарства, которые излечивают серьезные болезни, спасают или продлевают вашу жизнь. Но не стройте иллюзий: эти компании продают таблетки. И точно так же, как наши знакомые из ювелирного бизнеса, фармацевтические корпорации зарабатывают как раз на том, что продают нам скорее больше, чем меньше своей продукции. Хотя подразумевается, что лекарства, выписываемые врачом, должны помогать нам, как это ни странно, они же являются четвертой по количеству причиной смертей в Америке. Побочные негативные эффекты от приема пациентами прописанных и правильно принимаемых лекарств вызывают около 106 тыс. смертей в год. Человек в десять раз больше рискует умереть от официально зарегистрированных лекарств, чем от экспериментов с незарегистрированными препаратами, ежегодно уносящими жизни еще 10 тыс. американцев. Возможно, следует переадресовать ведущуюся ныне борьбу с засилием лекарств на их производителей.

Даже если вы колеблетесь, считать ли фармацевтические компании хорошими или плохими, вы, видимо, согласитесь, что те из них, которые нагло подделывают лекарственные препараты, должны заслуженно занимать место среди паразитов. Рынок злонамеренно подделанной фармацевтической продукции составляет, по некоторым оценкам, $75 млрд в год. Это больше, чем наркодельцам приносят героин и кокаин.

Поддельные лекарства выглядят как настоящие, только не имеют никакого лечебного эффекта. Часто они убивают из-за того, что никак не борются со смертельными для жизни болезнями. Особенно это заметно в развивающихся странах, где в последнее время наметился регресс в борьбе с малярией, ВИЧ-инфекцией, СПИДом и туберкулезом. Такое явление специалисты приписывают поставкам в эти страны поддельных лекарственных препаратов.

Но как смертоносные добавки, так и кажущиеся безвредными наполнители могут по-разному воздействовать на организм человека, потенциально приводя к смерти. Совсем не смешно, когда лекарство против астмы не содержит никаких активных лекарственных компонентов, но еще более грустно, когда знакомое лекарство от головной боли укладывает вас в реанимационную палату.

Что «они» хотят сохранить в тайне от нас

С учетом того, что в мире современной медицины настолько распространен теневой бизнес, легко начать испытывать цинизм или даже легкую паранойю по поводу лекарств. Если вы убеждены, что торговцы реальными или поддельными лекарствами устремились в погоню за вашими деньгами, то вас обрадует тот факт, что вокруг есть одинаково с вами думающие люди, которые способны вам помочь.

Познакомьтесь с Кевином Трюдо. Вместе со все возрастающим числом людей он считает, что фармацевтические компании прячут или ограничивают распространение информации о естественных способах лечения болезней. Он утверждает, что даже если вы больны, вы не нуждаетесь во всех тех лекарствах, которые навязывают вам эти компании. Вместо этого он предлагает свою книгу *«Естественные способы излечения , которые “они” хотят сохранить в тайне от вас»*. В ней рассказывается, как вы можете легко вылечить не только артрит, изжогу, различные фобии, депрессию, ожирение, хроническую усталость,

рассеянность внимания и диабет, но и рассеянный склероз, туберкулез кожи, СПИД, рак, герпес и дистрофию мышц. Это может казаться невероятным, но посмотрите на Трюдо в его полуинформационных, полукоммерческих передачах на телевидении, когда с ним общаются нанятые актеры, которые всегда удивляются эффективности пропагандируемых им приемов лечения.

Некоторые скептики критикуют Трюдо за полное отсутствие у него медицинского образования. Но его сторонники утверждают, что это как раз и доказывает, что Трюдо не является марионеткой фармацевтических компаний. Трюдо часто упрекают за то, что он не способен предоставить достаточно доказательств правильности своих идей. Например, он упоминает продолжавшиеся 25 лет исследования естественных способов лечения диабета, которые осуществлялись в Университете Калгари. Критики Трюдо негодуют, утверждая, что материалов этих исследований не существует. Хотя, согласно утверждениям Трюдо, его оппоненты просто не понимают, что у университета не было другого выбора, как уничтожить результаты исследований, чтобы избежать репрессивных санкций со стороны фармацевтических корпораций.

Книга о том, что «они» хотят сохранить в тайне от нас, к настоящему моменту разошлась в количестве 5 млн экземпляров. Вы можете купить ее всего за $29.95 плюс $11.95 доставка (да, и еще $19.95 за список того, что «они» хотят сохранить в тайне от нас, и $30 за подписку на информационный бюллетень, плюс постоянная головная боль от приспешников Трюдо, которые будут ежедневно досаждать вам предложениями купить какую-то дополнительную продукцию, плюс еще большая головная боль от тех мошенников, которые узнают ваш телефонный номер из «списка лохов», который Трюдо им продаст).

Но подождите, это еще не все! Оказывается, Трюдо представляет собой некое подобие современного волшебника, способного удовлетворить гораздо больше ваших нужд, чем излечение болезней. Другие его книги «Пути решения вашей долговой проблемы, которые “они” хотят сохранить в тайне от вас» и «Как делать деньги: секреты, которые “они” хотят сохранить в тайне от вас», а также «Ваше желание — закон» (лекция на 14 дисках, прочитанная в неизвестном месте в швейцарских Альпах, которая даст вам возможность полностью управлять своими личными и финансовыми желаниями).

А есть еще и неувядаемый бестселлер «Свободные деньги: все о них, что “они” хотят сохранить в тайне от вас». Эта книга снабдит вас поисковым инструментарием, использование которого будет стоить вам $18 за один раз. Ведь если вы зарабатываете больше $500 в месяц, вы не получаете доступ к 89% программ, которые «они» хотят сохранить в тайне от вас (хотя на самом деле все эти программы созданы на государственные деньги и легко доступны в «Гугле»).

А вот что Трюдо хочет сохранить в тайне, так это свое обширное криминальное досье. После освобождения из тюрьмы, где он сидел за мошенничество и хищение имущества, этот человек принялся за борьбу с ожирением, примкнув к программе «Питание ради жизни», в отношении которой успешно проводили следствие по признакам финансовой пирамиды генеральный прокурор штата Иллинойс и семь других штатов. Литературный талант Трюдо расцвел пышным цветом в 2004 году, когда Федеральная торговая комиссия США вынесла в отношении него первый в истории запрет на рекламирование и продажу каких бы то ни было товаров по телевидению (до этого он торговал с телеэкрана множеством различных средств, включая «систему выращивания волос», которая должна была раз и навсегда «покончить с облысением у человечества», а также средством, способным «всего за 60 секунд вылечить от наркотической зависимости»). Федеральная торговая комиссия разрешила Трюдо рекламировать по телевидению лишь его литературные произведения, что, видимо, определялось в этом случае применением Первой поправки к Конституции США, гарантирующей свободу слова. Но и это не помогло — в 2011 году Трюдо был оштрафован на $37,6 млн за обман общественности. Теперь он предъявляет претензии к тому, что «они» пытаются убрать его книги с полок книжных магазинов. Поэтому лучше быстренько приобретите себе экземплярчик, а то скоро эти книги станут редкостью.

Защита от паразитов, использующих нашу глубинную рациональность

Многие люди, от простых мошенников до солидных представителей компаний, стремятся эксплуатировать наши глубинные рационалистические склонности.

Некоторые из нас не возражают против того, чтобы быть иногда использованными, в особенности когда другая сторона является нашим партнером по симбиозу и готова не только брать, но и давать взамен. Но многих из нас ловко загоняют в положение используемых в паразитических отношениях, что в конце концов ведет к вытягиванию денег из наших кошельков. Точно так же, как кукушка или саблезубая рыба-собачка, эти паразиты в образе человека ловко пользуются нашими когнитивными искажениями, которые достались нам от предков и успешно сопутствовали эволюции.

Как можно понять, имеете ли вы дело с партнером по симбиозу, который хочет помочь вам, или перед вами социальный паразит, старающийся вас поэксплуатировать? Это может быть трудно.

Клиенты Берни Мейдоффа, например, не понимали, что их обманывают до тех пор, пока не стало поздно. Паразиты в образе человека — это искусные обманщики, умеющие отвлекать наше внимание и расчетливо прятать информацию. Но вы можете предпринять три вещи, чтобы защитить себя.

Знайте своего противника

Если вы начинаете подозревать что-то неладное в отношениях с партнером, задайте себе вопрос: действительно ли этот человек тот, за кого он себя выдает?

Эксплуататоры типа Берни Мейдоффа или Кевина Трюдо часто говорят, что они такие же, как вы. Но прежде чем принимать их слова на веру, следует посмотреть на них внимательнее. Кукушка, подкладывая свое яйцо в гнездо будущих приемных родителей, тоже старается устроить так, чтобы окраска яйца совпадала с цветом других яиц в гнезде. Но яйцо птицы-паразита все же редко будет полностью соответствовать окраске яиц ее жертв. Если бы обманутые птицы внимательнее посмотрели на это яйцо, они, скорее всего, увидели бы подделку. В действительности многие пернатые обнаруживают яйцо-паразита и выбрасывают его из гнезда безо всякого урона для себя. То же происходит и с людьми.

Даже если кто-то выглядит очень похожим на вас, но вы не являетесь идентичными близнецами, ваши интересы не могут полностью совпадать.

К предлагаемым вам вариантам, которые хороши настолько, что в них трудно поверить, следует получше присмотреться. И это поможет раскрыть вам глаза на то, чем они являются на самом деле. Если и после этого вам будет казаться, что вам предлагают выгодную сделку, задайте вопрос: а что получит другая сторона от вашей выгоды? Если ответом может быть только то, что другая сторона почувствует удовлетворение от оказания вам помощи, смело отказывайтесь от этого варианта.

Понимайте ситуацию, в которой находитесь

Если вы чувствуете себя обязанным потратить большую сумму денег,

поставить подпись под серьезным документом или принять серьезное решение, спросите себя: был ли я настроен кем-то на это ощущение обязанности?

Обычно эксплуататоры сначала активизируют в своих ничего не подозревающих жертвах именно ту субличность, которая наиболее восприимчива к их атаке. Перед тем как попытаться продать вам «редкий» бриллиант, стоимость которого равна вашей двухмесячной зарплате, паразит, использующий вашу глубинную рациональность, скорее всего, активизирует в вас субличность, отвечающую за приобретение партнера, для которой необходимость расстаться с тысячами долларов за кусочек камня может показаться вполне оправданной. Но это же решение, вероятно, будет выглядеть нелепым для других шести ваших субличностей, которых ловкий эксплуататор отключает от процесса принятия решения по данному вопросу. Даже если в этот момент вам будет казаться, что решение приобрести бриллиант — это лучшее в мире решение, мы советуем вам взять паузу и отложить вопрос до утра. Предоставляя себе немного больше времени, вы позволяете другим субличностям тоже взвесить это решение.

То, что кажется само собой разумеющимся сегодня, может выглядеть глупым завтра. Выжидая, вы избежите участи оказаться в дураках.

Понимайте себя

И **наконец, если вы поймете, что вам действительно нужно что-то, чего вы не можете себе позволить, задайте себе более глубокий вопрос: какую эволюционную потребность вы пытаетесь удовлетворить этим приобретением?**

Ответ всегда указывает на одну из ваших субличностей. Например, ваше страстное желание совершить дорогую поездку с семьей в парк развлечений «Дисней Уорлд», скорее всего, отражает потребность быть хорошим родителем, а желание приобрести вон то весьма дорогое бриллиантовое кольцо для жены к годовщине свадьбы отражает вашу потребность быть хорошим супругом. Понимание того, что наши материальные желания определяются глубинными эволюционными нуждами, вооружает нас важной мыслью: перед тем как вытащить из портмоне кредитную карту, необходимо обдумать другие способы удовлетворения этой эволюционной потребности. И вы сразу же увидите много иных вариантов. Вместо того чтобы везти детей в «Дисней Уорлд», вы, по всей видимости, достигли бы цели быть хорошим отцом, просто уделив общению с ними побольше времени (жена одного из нас всегда говорит, что «любовь — это ВРЕМЯ, а не ДЕНЬГИ»). А вместо того чтобы покупать дорогое украшение жене к годовщине свадьбы, вы можете удовлетворить потребность быть хорошим супругом, сказав ей сердечное «Я люблю тебя» или написав записку с объяснением, почему она так дорога для вас.

Наш мозг настроен не на погоню за материальными ценностями, а на удовлетворение наших эволюционных нужд.

И точно так же, как наши предки, мы вполне способны удовлетворить эти потребности, не прибегая к опустошению нашего банковского счета.

Заключение

Памятные фотографии, оставшиеся после нашего путешествия

В ходе нашего повествования мы совершили большое путешествие во времени и пространстве, проследовав из джунглей Амазонии до заполненных толпами людей улиц Нью-Йорка. На нашем пути мы встретились с рок-звездами, стриптизершами и миллиардерами из Силиконовой долины. Мы доехали до Мемфиса, штат Теннесси, на украшенном бриллиантами «Кадиллаке» Элвиса Пресли и подумали над выкупом за невесту в Афганистане. Путешествуя по экзотическому животному миру, мы близко познакомились с испытывающими неприятие потерь обезьянами-капуцинами, примечательными птицами шалашниками, подверженными синдрому самоубийства черепахами и бесстыдными паразитами — кукушками.

Когда мы просматриваем «фотографии», оставшиеся после нашего девятидневного путешествия, какие из них, особенно памятные, нам хочется унести с собой в портмоне?

✘ Вот картинка, на которой запечатлен первый день: Джо Кеннеди-старший, одетый в смокинг, выполняющий отчаянный трюк на скейтборде, и смотрящая на него красивая голливудская актриса. Надпись на обороте напоминает нам о мысли, с которой мы встретились на первом этапе нашего путешествия: хотя наши решения иногда на первый взгляд выглядят иррациональными и глупыми, в большинстве случаев они являются глубоко рациональным продуктом работы механизмов принятия решений, которые были созданы для усиления нашей эволюционной приспособляемости.

✘ А вот фото, помогающее нам запомнить результаты второго дня: Мартин Лютер Кинг-младший, выступающий перед большой массой народа в Бирмингеме, штат Алабама, в то время как за кулисами его злополучный двойник обнимает Еву Блэк (кокетливую женщину, до безумия любящую развлечения и имеющую множественные отклонения в психике). И связанная с этим мысль: у всех нас имеется множество субличностей, у каждой из которых есть свои приоритеты, иногда вступающие в противоречие друг с другом.

✘ Фотография номер три изображает изгнанного президента компании «Дисней» Майкла Эйснера, который с независимым видом вручает Уолту Диснею длинный счет за одежду для Микки Мауса, его размещение в гостинице и питание. Из этого следует посыл: законы рыночного ценообразования, действующие в экономике Уолл-стрит, применимы лишь к малой части наших важных каждодневных решений, большинство из которых имеет отношение к нашим семьям, друзьям и долговременным партнерам, поэтому здесь действуют другие нормы и правила.

✘ На полароидном фото номер четыре мы видим президента Замбии Леви Мванаваса на почте, выводящего с помощью фломастера на гигантской банке с генно-модифицированными продуктами из США надпись «Возвратить отправителю». Подпись под фотографией: наш мозг устроен подобно детектору дыма — он может работать с искажениями, которые иногда заставляют нас упускать определенные возможности. Однако эти искажения помогали нашим предкам избежать потенциальных опасностей.

✘ Фото номер пять. На нем мы видим полуодетых членов одного племени из Амазонии, награждаемых почетным дипломом Гарварда за успешные результаты в логическом тесте. Мысль на будущее: когда на первый взгляд сложные проблемы формулируются в понятной с точки зрения исторического опыта форме, не нужно иметь высшего образования, полученного в престижном университете, чтобы показать себя умным человеком.

✘ Следом мы видим рэп-звезду Эм Си Хаммера, танцующего в желтой жилетке и штанах-парашютах перед своим домом, который вернулся в его собственность. Эта картинка не выдуманная — она помещена на рекламном плакате страховой компании «Нейшнвайд Иншуренс» с соответствующей надписью: «Жизнь проходит так быстро!». Сентенция: люди живут по различным жизненным стратегиям, при этом одни накапливают и тратят экономические ресурсы быстро, а другие — медленно.

✘ На седьмом фото — Леонардо Ди Каприо, который подъезжает на новеньком, вызывающе зеленом «Приусе» к своему роскошному особняку, оснащенному солнечными батареями, и провозглашает альтруистическое стремление к участию в сохранении окружающей среды. Что мы можем вынести из этого для себя? Осознаваемые причины наших решений и их глубинная эволюционная база могут во многом расходиться.

✘ На сильнозернистой фотографии номер восемь, сделанной скрытой камерой, — губернатор Нью-Йорка Элиот Спитцер, протягивающий мешок с 80 тыс. однодолларовых купюр красивой и очень легко одетой молодой женщине. Подпись: когда дело доходит до одного из важнейших эволюционных рынков, мужчины и женщины обмениваются на нем совершенно разными естественными ресурсами.

✘ И наконец, последнее фото, оставшееся от нашего путешествия. Кукушка яркой раскраски с бриллиантовым кольцом сидит на плече у финансового махинатора Берни Мейдоффа. Посыл: чьи-то успехи в эволюции привлекают паразитов. Некоторые из них могут иметь склонность к симбиозу, но большинство являются эксплуататорами — мошенниками, ловко использующими наши эволюционные потребности.

Три урока на тему «Рациональное животное»

Если бы кто-то из наших детей просмотрел этот альбом с фотографиями, он, вероятно, спросил бы: «Папа, а какие три урока я должен вынести из всего этого? » (у нас обоих аналитически мыслящие и любопытные дети). И вот что ответили бы мы.

Урок 1. Не считайте всех людей глупцами

> Превалировавший до недавнего времени взгляд на процесс принятия человеком решений, состоявший в том, что люди в основном принимают случайные и иррациональные решения, не отвечает в полной мере на вопрос, как же все-таки нам удается изо дня в день делать важный выбор. Решения всегда когнитивно искажены и зачастую неумны, но если посмотреть глубже, все эти искажения и кажущаяся иррациональность вполне оправданны с эволюционной точки зрения.

Поведенческие экономисты обнаружили много способов показать, что человеческие решения могут быть чрезвычайно упрощенными, бессмысленными и полными когнитивных искажений. Если вы почитаете их исследования, то будете поражены недостатками и слабостями человеческой природы. И окажется, что мы страдаем от одного самого сильного когнитивного искажения: мы втайне считаем, что все остальные люди глупы, а вот мы сами являемся совершенными гениями. Тезис о том, что человек весьма рационален, относится к нам. А вот тезис о том, что люди бывают иррациональны, применим к другим.

Чем больше мы всматриваемся, тем лучше понимаем, что, хотя решения людей иногда выглядят неумными и иррациональными, они определяются подсознательными программами, имеющими глубокий смысл с точки зрения эволюции.

> **Даже если принимающий то или иное решение человек не может объяснить его эволюционную логику, люди эволюционировали таким образом, чтобы осуществляемый ими выбор соответствовал их эволюционным интересам.**

Поэтому вам никогда не следует рассматривать себя как некую идеальную экономическую модель. И вам пойдет только на пользу, если других людей вы не будете считать непроходимыми глупцами.

Сказанное не означает, что наши выработавшиеся в ходе эволюции склонности будут всегда направлять нас по единственно правильному пути. Глубинная рациональность

настроена на мир наших предков, а не на современность. Разными путями мы сконструировали сегодняшний мир так, чтобы он принимал в расчет нужды, унаследованные нами от предков (например, мы используем айфоны для связи с друзьями и близкими). Но иногда между нашими инстинктами, приобретенными в ходе эволюции, и окружающей действительностью возникают нестыковки, когда паразиты типа Берни Мейдоффа используют нашу склонность к доверительным отношениям в семье. Эволюционный взгляд помогает определить, где следует ждать таких нестыковок и что делать с природными инстинктами, если они могут принести нам беду. Так что уважайте свой внутренний голос, но все же почитывайте и « Вестник потребителя ».

Урок 2. Рациональный интерес не всегда служит вашим интересам

> Классическая экономическая модель процесса принятия решений предполагает, что мозг устроен таким образом, чтобы в максимальной степени обеспечивать собственный интерес человека. Эта концепция хорошо вписывается во взаимоотношения трейдеров с Уолл-стрит или покупателей, приобретающих подержанные машины у незнакомцев. Но на удивление, она не подходит для того, чтобы ответить на вопрос, как большинство людей принимают важные решения.

Вступая в противоречие с тем, что по этому поводу привычно думали многие психологи и экономисты, применение принципов рыночной экономики не дает возможности объяснить большинство из каждодневно принимаемых нами решений. Это относится не только к взаимодействию с друзьями, семьей и окружающими людьми, которых вы знаете и о которых заботитесь, но и к вашим решениям, принимаемым на работе. Ваш рабочий день всегда будет значительно более приятным, если вам не придется общаться с начальством и коллегами в том же ключе, что и с незнакомцами, которые яростно торгуются относительно цены на подержанную машину. Даже исследования по экономическим играм показывают, что студенты, прошедшие курс экономики, в действительности зарабатывают меньше денег, нанося себе вред собственными эгоистическими решениями, которые раздражают людей и отпугивают их от общения с такими типажами. Как продемонстрировал один эксперимент, присвоение игре названия «Уолл-стрит» само по себе приводило к тому, что его участники проявляли меньше готовности к сотрудничеству и предпочитали выйти из игры, пусть и с потерями.

> **Вместо того чтобы спрашивать друзей, соседей и партнеров по бизнесу, что они могут сделать для вас, попробуйте спросить их о том, что вы могли бы сделать для того, чтобы в ваших отношениях появилась семейная атмосфера.**

Возможно, вы увидите с их стороны больше готовности к конструктивному взаимодействию с вами, чем в том случае, если вы будете спорить за каждый цент по ресторанному счету.

Урок 3. Не выходите из дома, не посоветовавшись со всеми своими субличностями

> Нельзя думать, что в вашей голове живет только одно существо типа всеведущего банкира с Уолл-стрит, гонящегося за максимальной личной выгодой. Люди имеют как минимум семь субличностей. Каждая из них подсчитывает расходы и прибыль, исходя из различных эволюционных приоритетов, и каждая по очереди становится главной в управлении нашими осознанными решениями через подсознательные механизмы.

Также неправильно полагать, что внутри нас находится только одно существо, принимающее решения во всех случаях. Внутри нас таких существ несколько. У нас есть аффилирующаяся субличность, которая контактирует и вызывает встречное отношение со

стороны друзей и коллег, статусная субличность, ориентированная на выигрыш, и субличность, отвечающая за предотвращение болезней, которая откажется от любых возможных поощрений только ради того, чтобы избежать скрывающихся в них нежелательных микробных подарков.

Три другие наши субличности отвечают за разные стороны репродукции. Субличность, ориентированная на поиск партнера,

стремится к организации свидания и готова пойти для этого на риск и трату ресурсов. Субличность, отвечающая за удержание партнера, наоборот, склонна к сохранению гнезда и построению отношений с другими его жителями в соответствии с благородными принципами обмена: получаемая вами любовь равна любви, отдаваемой вами. Самая щедрая из всех — это субличность, в компетенцию которой входит забота о близких. Она отдает с малым расчетом на взаимность или совсем без такового. Эта субличность испытывает чувство особого удовлетворения, когда члены семьи счастливы и успешны.

Самозащитная субличность склонна к тщательному обдумыванию ситуации до того, как вы решитесь на какую-либо сделку. Эта субличность по своему характеру наиболее близка к использованию правил, знакомых нашим друзьям с Уолл-стрит.

Различные субличности автоматически вступают в действие в зависимости от того, кто нас окружает. Они также активизируются при наличии каких-либо угроз или возможностей. Однако мы тоже можем оказывать хотя бы некоторое влияние на их появление, что мы видели во многих экспериментах, о которых рассказывали вам ранее. В ходе этих исследований люди принимали самые разные решения в зависимости от того, какая их субличность была заранее активизирована. Проводившие эксперименты ученые пробуждали у людей различные субличности, демонстрируя участникам изображения, имеющие отношение к той или иной субличности, показывая любовные или страшные кинофильмы либо предлагая испытуемым представить себя в очень опасной или, наоборот, приятной ситуации.

Вы можете по своему желанию и сами активизировать свои субличности. Как? Представив в уме вращающийся фотоальбом со сменными фотографиями типа Ролодекс, в котором находятся фото ваших лучших друзей, жены, детей, кого-то выглядящего сексуально, кого-то пугающего, кого-то кажущегося больным или кого-то, кем вы искренне восхищаетесь. Целенаправленно вытягивая соответствующую фотографию в ваше сознание в нужный момент, вы пробудите спящую субличность, которая имеет свой интерес в решении, принимаемом вами в данный момент.

Представьте, что вы собираетесь принять рискованное решение, которое, возможно, будет иметь долговременные последствия. Может быть, симпатичный дилер пытается получить вашу подпись в контракте на покупку сверкающего, украшенного жемчугом «Кадиллака-Эльдорадо» с золотыми колпаками. Или красивая модель, с которой вы только что встретились в лобби-баре одного из отелей в колумбийской Картахене, спрашивает вас, не нуждаетесь ли вы в ее эскорт-услугах. Если вы одиноки и так же богаты, как Элвис, тогда вам не нужно раздумывать. Но если вы полагаете, что наутро, вероятнее всего, будете сожалеть о своем решении, то для вас самое время достать фотографию вашей дочери в детсадовском возрасте и активизировать очень консервативную субличность, которая призвана заботиться о близких.

Все ваши субличности могут стать объектом посягательств со стороны ловких паразитов, таких как концерн «Де Бирс», соблазняющий призывом к обладанию собственным бриллиантовым кольцом. Но ваши субличности могут действовать и в вашу пользу, как в случае с «Саусвест Эйрлайнс», где удалось активизировать субличности сотрудников, отвечающие за заботу о близких. В результате работа в компании стала восприниматься персоналом как работа в семье.

Советуясь с нужной субличностью в определенной ситуации, вы можете точнее контролировать принятие важных для вашей жизни решений.

Тезис, антитезис, согласие

Все любят немного подраться. Например, на страницах этой книги мы иногда демонстрировали бойцовскую стойку по отношению к рациональным и поведенческим экономистам. Но сейчас настало время заключить мир между уолл-стритовскими математиками, экспериментаторами в белых халатах, охотящимися за человеческими недостатками, и дарвинистами в полевой одежде цвета хаки. И что очень важно, мы не хотим оставить у вас впечатление, что считаем адептов упомянутых выше отраслей науки поверженными и валяющимися в пыли, тогда как эволюционные психологи победно скачут на лошадях в сторону заката на фоне бегущих титров фильма.

Мы пришли не для того, чтобы похоронить рациональных и поведенческих экономистов, мы старались опереться на их плечи.

Рациональные экономисты разработали целый ряд мощных теорий относительно того, как отдельная личность может оптимально распределить свои ресурсы и как рынки могут функционировать более эффективно.

Они придумали массу элегантных идей и красиво оформленных точных математических моделей. Мы считаем, что эти модели были бы еще более точными, если бы рациональные экономисты преодолели традиционное неприятие вопросов о том, что порождает те или иные предпочтения людей, почему у разных индивидуумов имеются различные предпочтения и почему эти предпочтения существенно видоизменяются в зависимости от обстоятельств, в которых протекает тот или иной этап эволюции. Если экономисты обдумают эти вопросы в свете того, что мы уже знаем об эволюционной биологии и науке о мышлении, они получат дополнительные факты, повышающие силу их аргументов и элегантность их моделей, чтобы сделать еще больше для полного объяснения процесса принятия решений человеком.

На исследованиях рациональных экономистов базируются работы поведенческих экономистов, которые существенно расширили наше понимание процесса принятия решений.

Тщательно изучая то, как люди на практике принимают решения, и открывая важные когнитивные искажения и отклонения, проявляемые человеком при принятии решений, поведенческие экономисты внесли революционный вклад в осмысление взаимосвязи между психологией и экономикой.

Однако сегодня революционеры из числа поведенческих экономистов должны разработать новую структуру, которая могла бы заменить классическую рационалистическую крепость. Сейчас настало время двинуться вперед от списка сожалений по поводу ограниченных возможностей человеческого мозга и глубже погрузиться в изучение явно просматривающейся связи между эволюцией и процессом принятия решений.

Чтобы в полной мере понимать настоящее, важно знать прошлое. Связывая наше поведение в современном мире с историческими корнями человека, следующее поколение мыслителей сможет опереться на изыскания предшествующих им гигантов науки и настроить научную оптику на более широкий, панорамный взгляд на внушающую священный трепет картину принятия решений человеком.

Что здесь лично для меня?

В самом начале книги мы упоминали Джоан К. Роулинг, англичанку, которая написала книги о Гарри Поттере. Эта эпопея разошлась по миру в количестве более 400 млн экземпляров и катапультировала Роулинг в список миллиардеров, составляемый журналом «Форбс», хотя ее увлечение раздачей денег вернуло ее в группу простых мультимиллионеров.

Может быть, мы оба решили написать эту книгу о процессе принятия экономических решений в надежде немного заработать на человеческом интересе к деньгам, представляя себе длинные очереди людей с кредитками в руках, которые ночуют возле ближайшего книжного магазина в ожидании продолжения под названием «Рациональное животное открыло секрет философского камня!»? Или в ожидании билетов на одноименный фильм с Джорджем Клуни в роли Дугласа Кенрика и с Дэниелом Крэйгом в роли Влада Гришкевичуса! Это было бы, как любят говорить британцы наподобие Джоан Роулинг, весьма очаровательно и позволило бы Дугласу несколько повысить уровень ожидаемой пенсионной жизни в Эквадоре, а Владу — накупить своим родственникам на далеких фермах в Литве такое количество жевательной резинки со вкусом арбуза, что ее хватило бы им до конца жизни. Но видит бог, мы немного подождем с внесением авансового платежа за поместье в Англии неподалеку от Роулинг или с выпиской чеков на $15 млн на нашу любимую благотворительность.

Но у нас есть нечто общее с Джоан К. Роулинг. И, возможно, у вас тоже. Общим с Роулинг у нас является секрет ее успеха. Независимо от того, британцы мы, жители Бостона или бангладешцы, являются ли наши хромосомы, определяющие пол, хромосомами XY или XX, семь нам лет или семьдесят, — мы все любим тайну.

Пару лет назад Дуглас прочел 4091 страницу семи книг о Гарри Поттере своему семилетнему сыну, который с жадностью впитывал каждое слово. Когда ежевечернее чтение подходило к концу, завороженный мальчик умолял: «Папочка, пожалуйста, еще несколько страничек!» Он и не представлял себе, что его отец тоже хотел прочитать еще пару страниц. Что держало нас, как и миллионы других читателей, в состоянии, близком к трансу, так это мастерство Роулинг в создании и поддержании атмосферы тайны. Каждый раз, когда Гарри Поттер и его друзья Гермиона Грейнджер и Рон Уизли разгадывали одну загадку, тут же появлялась другая.

Тема тайны возвращает нас к настоящей причине написания этой книги. Наука — это вообще сплошное разгадывание тайн. А вопрос о том, что определяет решения человека, был одной из главных тайн во все времена. Это изумительно сложная задача, и занимающиеся ее решением ученые путешествуют по лабиринту знаний — от эволюционной биологии, когнитивной психологии и антропологии до экономики.

Наука столь интересна и так возбуждает исследователей, что, разгадав одну загадку, они тут же открывают для себя новые и еще более интригующие тайны.

Секрет поведения человека лежит в той же плоскости, что и вопросы, почему павлин выставляет напоказ свое оперение, почему суслики столь самоотверженно жертвуют собой в дозоре или почему кукушки эксплуатируют своих ничего не подозревающих соседей. Причины ваших решений являются частью той нити, которая связывает выбор жителей джунглей в Амазонии, охотников и собирателей Африки и пижонистых урбанитов, охотящихся за славой и богатством в джунглях Манхэттена. Раскрытие связей и соединение в единое целое этой нити позволит всем нам стать мудрее в принятии решений. Но еще очень многое в этой большой истории ждет своего обнаружения. Мы надеемся, что некоторые из прочитавших эту книгу возьмут в руки лупу, как Шерлок Холмс, присоединятся к другим детективам, работающим над этими вопросами, и помогут в разрешении загадки человеческого сознания. Следующий ключ к этому ожидает нас прямо за углом.

Примечания

Введение. «Кадиллаки», коммунисты и розовая жевательная резинка

Эпиграф — из книги Бертрана Рассела «Непопулярные эссе».

Для получения информации о разных «Кадиллаках» Элвиса Пресли см. http://elviscadillacs.tripod.com. Элвис потратил в 1960 году $100 тыс. на эксклюзивный «Кадиллак». Сейчас это составило бы $785,400. Автомобиль был выполнен с необычайной роскошью и оснащен различным эксклюзивным оборудованием. Например, он был покрашен краской с добавлением бриллиантовой пыли и имел золотые колпаки 99-й пробы. В машине были установлены холодильник и сменный блок на 10 дисков (правда, тогда дисков типа CD еще не было).

Как сообщил известный защитник окружающей среды Д'Естрис в 2012 году, к этому времени Джоан К. Роулинг отдала на благотворительность $160 млн. Чек на 15 млн был выписан Университету Эдинбурга на исследования методик лечения рассеян- ного склероза (http://latimesblogs.latimes.com/gossip/2010/08/multiple-sclerosis-jk-rowling-donates-to-ms-research.html). Мать Джоан Роулинг умерла в возрасте 45 лет от осложнений, связанных с рассеянным склерозом.

Раджиндер Сингх, помимо того что был мужем 365 жен, являлся первым человеком в Индии, который владел автомашиной и самолетом. Он был также победителем международных состязаний по поло. Одной из его многочисленных жен была британка (родившаяся в Ирландии). Их брак наделал много шума в Англии в 1890-х годах (см. Collins и LaPierre (1975), а также http://en.wikipedia.org/wiki/Rajinder_Singh).

Еще про Рея Отеро см. Feuer (2008).

«Рациональное животное»

Чтобы получить больше научных сведений по различиям между нашей позицией и более ранними экономическими моделями, см. Kenrick, Griskevicius, Sundie, Li, Li, and Neuberg (2009) или Kenrick, Li, White, & Neuberg, S. L. (2012).

Глава 1. Рациональность, иррациональность и погибшие члены клана Кеннеди

Дополнительную информацию о Джо Кеннеди и его семье см. в Goodwin (1975) и Collier и Horowitz (1984). Книга «Проклятие семьи Кеннеди» была написана Edward Klein (2003).

Рациональный человек: люди как экономические модели

Для знакомства с идеями классической рациональной экономики см. любые учеб- ники по основам экономики, например Bronfenbrenner, Sichel, & Gardner (1990).

Как указывает американский экономист и писатель Дэвид Фридман, экономика «начинается с положения о том, что у людей есть цели и они склонны выбирать правильные пути их достижения» (Friedman, 1996, p. 3). В классической работе по экономической рациональности видный британский философ и экономист Джон Стюарт Милль (1806–1873) провозгласил, что человек может быть произвольно описан как «существо, которое с неизбежностью делает все, чтобы удовлетворить как можно большее количество своих потребностей, желаний получения удобств и роскоши за счет как можно меньшей затраты труда и самоотречения, которыми все нужное ему только и может быть добыто». Чтобы познакомиться с более простым изложением идеи о том, что все наши выборы отражают

рациональные решения, см. Levitt & Dubner’s (2003) Freakonomics.

Иррациональный человек: люди как глупцы

См. Grady (1999), который высказывает мнение, что все проклятие клана Кеннеди происходит от нерасчетливых рискованных действий его членов.

Среди доступных книг по поведенческой экономике см. Ariely (2008) Predictably Irrational, Thaler и Sunstein’s (2008) Nudge, и Kahneman (2009) Thinking Fast and Slow.

Более подробно о научных аспектах неприятия потерь см. Kahneman & Tversky (1979) и Tversky & Kahneman (1981). Детально о корнях поведенческой экономики см. Simon (1955, 1956).

Глубинная рациональность: люди как животные

Эволюционная точка зрения на экономику и процесс принятия решений приведена у Aktipis & Kurzban (2004); Saad (2007); Gandolfi, Gandolfi, & Barash (2002); Cosmides & Tooby (1994); Kanazawa (2001) и Kenrick, Griskevicius, Sundie, Li, Li,. & Neuberg (2009).

Более полное введение в эволюционную психологию можно найти у Buss (2005); Confer et al. (2010); Crawford и Krebs (2003); Dunbar & Barrett (2009); Gangestad и Simpson (2007) и Kenrick (2011).

Неприятие потерь у обезьян и людей

Исследования неприятия потерь у обезьян описаны у Lakshminaryanan, Chen, & Santos (2008).

Более подробно о том, что обезьяны и люди имеют одни и те же когнитивные искажения, см. Lakshminarayanan, Chen, & Santos (2011).

Более детальную информацию об условиях жизни наших предков вы найдете у Carroll (2009).

Подробно об эволюции эффекта неприятия потерь у людей см. Li, Kenrick, Griskevicius, & Neuberg (2012) и Winterhalder (2007).

Поверхностные и глубинные причины поведения

Первичное научное обоснование поверхностных и глубинных понятий в биологии см. у Tinbergen (1963).

Информация о более подробной дискуссии по поверхностным и глубинным при- чинам поведения у людей содержится в Kenrick, Griskevicius, Neuberg, & Schaller (2010) или Alcock (2013, глава 10).

Влияние овуляционного цикла на подсознание

По вопросу взаимосвязи между овуляционным периодом и соответствующими ему тратами женщин см. Durante et al. (2011).

Овуляция и стриптиз описаны у Miller et al. (2007).

Клан Кеннеди и биология риска

Об эксперименте с роликовыми досками см. у Ronay & von Hippel (2010).

Об исследованиях о повышении у мужчин готовности к рискам в карточной игре в присутствии женщины см. у Baker & Maner (2008, 2009).

Эксперименты, показывающие готовность мужчин к повышенному риску в присутствии женщины, описаны у Miller & Maner (2011).

Об эксперименте, свидетельствующем, что запах от футболки женщины, находящейся в периоде овуляции, повышает уровень тестостерона у мужчин, см. Miller & Maner (2010).

Глава 2. Семь субличностей

Более подробную информацию о жизни Мартина Лютера Кинга вы найдете в книге Branch (1988), где дано получившее Пулитцеровскую премию описание самого борца за гражданские права и его места в истории.

Множественные Я внутри одной личности

О классическом фильме «Три лица Евы» см. Thigpen & Cleckley (1957).

Хорошее описание экспериментов с людьми, имеющими расщепленные полушария, дано у Gazzaniga (1985) и Sperry (1968).

Книга, описывающая наши психологические системы, появившиеся в ходе эволюции: Kurzban (2010). Более научный взгляд — у Barrett & Kurzban (2006).

Заряженные на убеждение

Общее введение в теорию субличностей вы найдете у Kenrick (2011).

Эксперимент с рекламой описан у Griskevicius, Goldstein, Mortensen, Sundie, Cialdini, & Kenrick (2009).

Сколько же в нас субличностей?

Более научно теория субличностей описана у Kenrick, Li, & Butner (2003); Kenrick, Neuberg, Griskevicius, Schaller, & Becker (2010); Kenrick, Griskevicius, Neuberg, & Schaller (2010), Griskevicius & Kenrick (2013).

Эксперимент с прикосновениями, проведенный в Университете города Гронингена, описан у Gazzola, Spezio, Etzel, Castelli, Adolphs, & Keysers (2012).

Субличность, отвечающая за самозащиту: ночной сторож

Более подробно об опасностях, подстерегавших наших предков, см. у Pinker (2011).

Статистику по преступлениям и насилию в США вы найдете в докладе министерства юстиции США «Преступность в Соединенных Штатах» (2011).

Более подробно о том, как самозащитные инстинкты влияют на психологию и поведение человека, см. Ackerman et al. (2006); Becker et al. (2007; 2010); Maner et al. (2005); Neuberg, Kenrick, & Schaller (2011); Schaller, Park, & Mueller (2003); Ohman &

Mineka (2001).

Эксперимент о предпочтениях людей в отношении автомашин описан у Griskevicius, Goldstein, Mortensen, Cialdini, & Kenrick (2006).

Субличность, отвечающая за избежание болезней: ипохондрик поневоле

Более подробно о поведенческой иммунной системе см. Schaller & Park (2011).

Подробнее о том, как инстинкт избежания болезней влияет на психологию и поведение человека, описывается у Ackerman et al. (2009); Miller & Maner (2012); Mortensen et al. (2010) и Neuberg, Kenrick, & Schaller (2011).

Исследования о беременности см. у Navarrete, Fessler, & Eng (2007).

Аффилирующаяся субличность: командный игрок

Важность, которую придают отношениям дружбы человеческие существа в сообществах охотников и собирателей, показана у Hill & Hurtado (1996).

Более подробно о том, как инстинкт присоединения к группе влияет на психологию и поведение человека, см. у Baumeister & Leary (1995); Maner et al. (2007); Mead et al. (2011).

Статусная субличность: предприимчивый парень

Более подробно о стрессах и доминировании у бабуинов см. Sapolsky (2002).

Дополнительную информацию о выгодах от статуса для здоровья человека вы найдете у Marmot (2004).

Подробнее о тяге людей к более высокому статусу и роскоши см. Frank (1999).

Идея завоевания статуса через доминирование описана у Henrich & Gil-White (2001); Cheng, Tracy, Foulsham, Kingstone, & Henrich (2013).

Связь между статусными мотивами и агрессией описана у Griskevicius, Tybur et al. (2009).

Субличность, отвечающая за приобретение партнера: изменчивый одиночка

О взаимосвязи между различными типами поведения у людей см. Miller (2000).

Более подробно об исследованиях сексуальных приоритетов у гомосексуалов и гетеросексуалов см. Bailey et al. (1994) и Kenrick et al. (1995). Как отмечено у Kenrick (2011), гомосексуальность ставит определенные интересные загадки с эволюционной точки зрения. Однако мужская гомосексуальность парадоксальным образом подтверждает две центральные мысли данной книги, а именно о том, что глубинные причины нашего поведения часто подсознательны, и о том, что наш мозг организован по модульному принципу. Если бы мужчины-гомосексуалисты вели себя «рационально» в традиционном смысле этого слова, то они бы искали партнеров своего возраста или следовали бы общественным стереотипам поиска привлекательного мужчины с высоким статусом. Вместо этого мужчины-гомосексуалисты обычно испытывают интерес к более молодым привлекательным мужчинам, даже притом что последние не всегда отвечают им взаимностью. Здесь просматривается ассоциация с женщинами на пике детородного возраста в большей степени, чем с чисто «мужскими» характеристиками.

Эксперимент о предпочтениях людей в отношении автомашин описан у Griskevicius,

Goldstein, Mortensen, Cialdini, & Kenrick (2006).

Субличность, удерживающая партнера: хороший супруг

Более подробно о вопросах брака и воспитания детей см. Geary (2000).

Подробнее о том, как инстинкт удержания партнера влияет на психологию и поведение человека, см. Maner, Gailliot, Rouby, & Miller (2007); Maner, Miller, Rouby, & Gailliot (2009).

Субличность, отвечающая за заботу о близких: заботливый родитель

Более подробно о воспитании детей в родовых обществах см. Geary (2000); Hill & Hurtado (1996).

О стоимости воспитания детей см. Lino (2010).

Более подробную информацию о том, как инстинкт заботы о близких влияет на психологию и поведение человека, вы найдете у Glocker et al. (2009) и Hrdy (1999).

Семь субличностей и пирамида развития

Более подробно о пирамиде развития см. Kenrick, Griskevicius, Neuberg, & Schaller (2010).

Поворачивая вспять наше неприятие потерь

О неприятии потерь как особой численной постоянной см. Thaler, Tversky, Kahneman, & Schwartz (1997).

Об эксперименте, показывающем, как различные глубинные мотивы человека поворачивают вспять инстинкт неприятия потерь, см. у Li, Kenrick, Griskevicius, & Neuberg (2012).

Глава 3. Домашняя экономика против экономики Уолл-стрит

Более подробную информацию об Уолте Диснее, компании «Дисней» и Майкле Эйснере вы найдете у Stewart (2005); Thomas (1976) и Thomas (1998).

Подробнее об идеях, изложенных в этой главе, см. Kenrick, Sundie, & Kurzban (2008).

Игра в игры

Начальные положения дилеммы двух заключенных вы найдете у Rapaport & Chammah (1965).

Более подробно о реальном поведении людей в экономических играх, таких, например, как игра ультиматумов, см. Henrich et al. (2005) и Camerer (2003).

Домашняя экономика: игра родственников

Об экономических задачах для близнецов см. Segal & Hershberger (1999). Больше о близнецах вы найдете у Segal (2000) и Segal и Harris (2008).

О семейственных связях у белогрудых пчелоедов см. Emlen et al. (1995). О выборочном альтруизме у сусликов см. Sherman (1981).

Более подробно о принципе избирательной приспособляемости (известном также как выбор близких) см. у Hamilton, 1964; Burnstein, Crandall, & Kitayama, 1994.

О семейной наследственности см. Smith, Kish, & Crawford (1987).

О семьях с усыновленными или приемными детьми см. Daly & Wilson (1998).

Домашняя экономика против экономики корпоративной

Информацию об эволюционных аспектах дилеммы заключенного можно найти у Kenrick, Sanabria, Sundie, & Killeen (2006); Kenrick, Sundie, & Kurzban (2008).

Более подробно о теории игр и эволюции человека см. Hagen & Hammerstein (2006).

Более подробно о конкуренции между братьями и сестрами см. Trivers (1974).

Выгоды нахождения в команде: игра в присоединение

Модели обмена Алана Фиске описаны у Fiske (1992).

Более подробно об отношениях между Джобсом и Возняком см. Isaacson (2011).

Более подробно о совпадении равенств и эволюции взаимного альтруизма см. Trivers (1971); Axelrod & Hamilton (1981).

Более подробно об экспериментах с обменом различными видами вознаграждений см. Foa & Foa (1980) и Turner, Foa, & Foa (1971).

Пирамида власти: статусные игры

Более подробно о лидерах и ведомых см. Van Vugt, Hogan, & Kaiser (2008) и Van Vugt & Ahuja (2010).

О том, какие различия обнаруживаются в поведении людей в зависимости от наличия высокого или низкого статуса, см. Rucker, Galinsky, & Dubois (2012).

Экономика лисьей норы: игра в самозащиту

Более подробно о Чингисхане и городе Нишапур см. Weatherford (2005).

Можно ли организовать бизнес на основе законов рыночной экономики?

Более подробно о Фредерике Уинслоу Тейлоре см. Gabor (2000).

Домашняя экономика на Уолл-стрит

Результаты исследований по проблеме доверия в играх вы найдете у DeBruine (2002).

Семейное предприятие

Более подробно о семейных предприятиях см. Nicholson (2008).

Упоминание о компании «Саусвест» как семейном предприятии приводится по Grubbs-West (2005). Больше информации о «Саусвест Эйрлайнс» вы найдете у Smith (2004); Freiberg и Freiberg (1996).

Глава 4. Детекторы дыма в нашем мозгу

Более подробно о продовольственной помощи Замбии см. Lewin (2007) и BBC News «Famine-hit Zambia» (2002).

Несовершенный мозг и Приспособляемость = точность?

Более подробное обсуждение ошибок и когнитивных искажений с точки зрения эволюционного процесса см. Haselton, Bryant, Wilke, Frederick, Galperin, Frankenhuis, & Moore (2009).

Подробнее о преувеличении звукового восприятия у людей см. Neuhoff (1998, 2001).

О преувеличении звукового восприятия у обезьян см. Ghazanfar, Neuhoff, & Logothetis (2002).

Не все ошибки одинаковы и Деньги как дым

Более подробно о принципе работы детектора дыма и искажениях человеческого восприятия см. Haselton & Nettle (2006) и Nesse (2005).

Поведенческая иммунная система: что на уме у вашей субличности, отвечающей за избежание болезней

Подробнее о поведенческой иммунной системе см. Schaller & Park (2011), Schaller & Duncan (2007).

Исследования по поведенческой и физиологической иммунным системам описаны у Schaller, Miller, Gervais, Yager, & Chen (2010).

Об эксперименте с презервативами см. Tybur, Bryan, Magnan, & Caldwell Hooper (2011).

Снова о продовольственной помощи Замбии и генно-модифицированной жареной картошке

История замены генно-модифицированного картофеля в ресторанах «Макдоналдс» изложена у Martin (2000).

Более подробно о безопасности генетически модифицированных продуктов см. в докладе «20 вопросов о генно-модифицированных продуктах питания», подготовленном Всемирной организацией здравоохранения.

Сексуальные детекторы: о чем думает субличность мужчины, отвечающая за поиск пары

Больше информации о половых феромонах у мотыльков вы найдете у Wyatt (2003).

Подробнее о когнитивном искажении у мужчин, заключающемся в переоценке своей сексуальной привлекательности, см. Haselton & Buss (2000) и Maner, Kenrick, Becker, Delton, Hofer, Wilbur, & Neuberg (2003).

Иллюзия плохого мачо: о чем думает субличность женщины, отвечающая за поиск партнера

Более подробно о том, как овуляционный период влияет на представление жен- щин о сексуальных мачо как будущих добропорядочных супругах, см. Durante, Griskevicius, Simpson, Cantu, & Li (2012).

Причины для оптимизма: о чем думает ваша статусная субличность

Больше о Стиве Джобсе см. у Isaacson (2011).

Другие сведения о сверхуверенности и оценке мужчинами собственных качеств выше среднего см. Alicke, Dunning, & Kruger (2005); Hoorens (1993); Larrick, Burson, & Soll (2007); Moore & Healy (2008); Weinstein (1980).

Результаты исследований об эволюционной основе сверхуверенности см. Johnson & Fowler (2011).

Об исследованиях, посвященных вопросам сверхуверенности, способностей и качеств лидера, см. Anderson, Brion, Moore, & Kennedy (2013).

Рожденный с когнитивными искажениями

Данные о мнениях по поводу продолжительности брака см. Arnett & Schwab (2012).

Глава 5. Современный пещерный человек

Дополнительную информацию о племени шивиаров вы найдете у Sugiyama (2004a, 2004b).

О проведении логических опытов с членами племени шивиаров см. Sugiyama, Tooby, & Cosmides (2002).

Мозг , недостаточно мыслящий логически и Разговор versus письмо

О медицинских ошибках см. Vohs b Frances Luce (2010).

О «проблеме Линды» см. Tversky & Kahneman (1983).

Почему Джонни не знает математики и Общение на нашей обычной частоте

Об исследованиях по проблеме рака и естественных частотностях см. Gigerenzer, Gaissmaier, Kurz-Milcke, Schwartz, & Woloshin (2007).

В поисках обманщиков

Работы по теме «в поисках обманщиков» вы найдете также у Cosmides (1989) и Cosmides & Tooby (1992).

Устранение ошибок с помощью аффилирующейся субличности

О задаче с нашествием азиатской болезни см. Tversky & Kahneman (1981). Обновленную версию задачи об азиатской болезни вы найдете у Wang (1996a, 1996b).

Как помочь черепахам-самоубийцам (и иррациональным человеческим существам)

О самоубийствах черепах см. Scott (2009).

Глава 6. Быстрая жизнь и ранняя смерть

Более подробную информацию об Эм Си Хаммере вы найдете по адресу: http://en.wikipedia.org/wiki/MC_Hammer.

О статье из Sports Illustrated см. Torre (2009).

Книга «Миллионер рядом с вами» написана Stanley & Danko (1996).

Теория жизненной линии

Более детальное обсуждение теории жизненной линии приведено у Kenrick & Luce (2000); Kaplan & Gangestad (2005); Roff, (2002); Stearns (1992); Hill & Kaplan (1999); Chisholm (1993).

Три этапа

Подробнее о теории трех этапов см. Kenrick, Griskevicus, Neuberg, & Schaller (2010).

Рискованное поведение в брачный период описано у Wilson, Daly, & Pound (2002).

Исследования по уровню содержания тестостерона описаны у Dabbs & Morris 1990.

Исследования насилия, убийств и «тривиальных конфликтов» описаны у Daly & Wilson (1988) и Wilson & Daly (1985).

Эксперимент об агрессивности в игре в хоккей описан у Palmer (1993).

Данные о рождении первого ребенка в семьях приведены у Griskevicius, Delton, Robertson, & Tybur (2011).

Данные о снижении уровня тестостерона в крови после вступления в брак и деторождения приведены по Gettler, Feranil, McDade, & Kuzawa (2011); Gettler, McDade, & Kuzawa (2011).

Этап предпринимательства

О взаимосвязи между уровнем тестостерона и инвестиционной активностью подробнее см. Coates & Herbert (2008).

О замещающем лечении по повышению уровня тестостерона в Нью-Йорке см. Abraham (2012).

Данные о предпринимателях, достигших своего пика в 25-летнем возрасте, см. Arrington (2011).

Данные исследований по слиянию и приобретениям приведены по Levi, Li, & Zhang (2010).

О взаимосвязи между уровнем тестостерона и переговорной активностью подробнее см. Burnham (2007).

Исследования об успешном предпринимательстве описаны у Wadhwa, Holly, Aggarwal, & Salkever (2009).

Быстрая стратегия против медленной

О первом эксперименте с пастилой см. Mischel, Ebbesen, & Zeiss (1972).

О связи между экспериментом с пастилой и дальнейшей судьбой участников см. Shoda, Mischel, & Peake (1990).

Высокие риски без вознаграждения

Больше информации о Рое Отеро вы найдете у Feuer (2008).

Больше информации о нью-йоркской лотерее вы найдете у DiNapoli (2008).

Быстрые и медленные люди

Дополнительную информацию о быстрой и медленной стратегии жизненных циклов вы найдете у Griskevicius et al. (2013); Nettle (2010); Figeredo et al. (2009).

Статистика репродукции у разных видов приведена у Mathews & Hamilton (2009).

Взращенные для бега

О влиянии условий воспитания в детстве на стратегию жизненных циклов см. Ellis, Figueredo, Brumbach, & Schlomer (2009); Belsky, Steinberg, & Draper (1991); Del Giudice (2009).

Об исследованиях, проведенных в 170 странах, см. Low, Hazel, Parker, & Welch (2008).

Об исследованиях в Чикаго и окрестностях см. Wilson & Daly (1997).

О тяжких преступлениях в США см. Griskevicius, Delton, Robertson, & Tybur (2011). О влиянии условий воспитания в детстве на половое созревание и начало менструальных циклов см. Belsky, Houts, & Fearon (2010); Ellis (2004).

О влиянии на судьбу ребенка первых пяти лет его жизни см. Simpson, Griskevicius, Kuo, Sung, & Collins (2012).

Об эксперименте с пастилой и непредсказуемыми условиями воспитания см. Kidd, Palmen, & Aslin (2013).

Выиграй, потерпи крах или сгори

О неофициальном исследовании продолжительности жизни рок-звезд см.

информационный ресурс Dial the Truth Ministries, «Premature Death of Rock Stars». Обратите внимание на то, что оно не является научным в полном смысле слова и скорее недооценивает реальную продолжительность жизни суперзвезд.

Об экспериментах на обезьянах см. Rosenblum (2001), Andrews & Rosenblum (1991). Об исследованиях вопроса о том, каким образом стресс влияет на стратегии жизненных циклов, см. White et al. (2013); Griskevicius et al. (2011a, 2011b, 2013).

Бежать все быстрее и быстрее

Больше информации о Рое Отеро вы найдете у Feuer (2008).

Глава 7. Золотые «Порше» и зеленые павлины

О золотых «Порше» см. Russia (2008).

Более подробно о теории праздного класса см. Veblen (1899).

Более подробно о декоративных коронках «грилз» вы можете узнать из песни Nelly, написанной в 2006 году под тем же названием.

Почему мы выбрасываем деньги на ветер?

Более подробно о демонстративном потреблении в разных культурах по всей планете см. Bird & Smith (2005); Godoy et al., (2007); Sundie et al., (2011); Veblen (1899).

Больше об экономической составляющей демонстративного потребления можно узнать в работе De Fraja (2009).

Теряем ли мы представление о причинах нашего поведения?

Более подробно см. Nisbett & Wilson (1977).

Чтобы узнать, почему на самом деле люди покупают гибридные машины, обратитесь к Klein (2007).

Чтобы узнать, почему люди «становятся защитниками природы, чтобы это увидели другие», ознакомьтесь с работой Griskevicius, Tybur, & Van den Bergh (2010).

Цитата о культуре потребления в автомобильной отрасли взята у Schneider (2004).

Больше о работах Секстона можно узнать у Dubner (2011).

Больше о том, кто стал первым обладателем гибридного автомобиля «Фискер-Карма», см. Autoblog (2011)

Более подробно о «Вестнике потребителя» и автомашине «Фискер-Карма» см. O’Toole (2012).

Разные объяснения одного и того же поведения

Научные объяснения поверхностных и глубинных причин в биологии см. Tinbergen (1963).

Более детальные рассуждения о поверхностных и глубинных мотивах у людей можно найти у Kenrick, Griskevicius, Neuberg, & Schaller (2010) или Alcock (2013).

Великая роль шалаша

Более детально демонстративное поведение птицы шалашника описано у Borgia (1985) и Miller (2000).

Деньги напоказ

Более детальное описание влияния женщин на молодых мужчин можно найти у Roney (2003).

Эксперименты вокруг вопроса о том, как поиск человеком партнера влияет на демонстративное поведение, описаны у Griskevicius et al. (2007).

Павлины, «Порше» и хорошие папы

Об изучении личности мужчины см. Simpson and Gangestad (1991). Более подробное обсуждение данной концепции содержится у Gangestad and Simpson (2000).

Эксперименты по изучению демонстративного поведения у мужчин, подобных павлинам, описаны у Sundie et al. (2007).

Более подробные сведения о взаимосвязи эволюции и поведения потребителя можно найти у Miller (2009) и Saad (2007, 2011).

Взаимосвязь между демонстративным поведением и уровнем тестостерона в крови описана у Saad & Vongas (2009).

Глубинные движущие силы нашего поведения

Рекламу «Порше», снятую в Германии, можно найти по адресу: http://www.youtube.com/watch?v=47ZZjEXcJ-U.

Глава 8. Гендерная экономика: мужская и женская

Дополнительную информацию о скандале вокруг Элиота Спитцера можно получить по адресу: http://en.wikipedia.org/wiki/Eliot_Spitzer_prostitution_scandal.

Дополнительную информацию об эскорт-услугах «Императорского клуба» можно получить по адресу: http://www.huffingtonpost.com/2008/03/10/emperors-club-all- about-e_n_90768.html.

Больше о выкупах за невесту можно узнать у Beaumont (2007); Tertilt (2005).

Почему мужчины платят такие деньги за общество женщины?

Более подробно о выкупах за невесту см. Anderson (2007).

Подробнее о принципе минимальных родительских усилий см. Trivers (1972).

Результаты исследований по гендерной экономике приведены у Baumeister & Vohs (2004).

Эксперименты по определению минимальных стандартов, которым должны соответствовать мужчины и женщины в качестве брачных партнеров, описаны у Kenrick et al. (1990) и Kenrick et al. (1993).

О низких требованиях мужчин к интеллекту потенциальных сексуальных партнерш в различных культурах см. Schmitt (2003, 2005).

Эксперимент «Не ляжете ли вы со мной в постель?» описан у Clark & Hatfield

(1989).

Я люблю тебя… возможно

Эксперимент «Я тебя люблю» описан у Ackerman, Griskevicius, & Li (2011).

Являются ли мужчины такими уж неразборчивыми?

Книга (*Bringing Down the House*) написана писателем Мезричем (Mezrich) в 2002 году. О предпочтениях относительно брачных партнеров в разных культурах см. Kenrick & Keefe (1992).

О предпочтениях относительно объектов влюбленности у подростков см. Kenrick, Gabrielidis, Keefe, & Cornelius (1996).

Как сконструировать своего брачного партнера: женский взгляд против мужского

Об исследованиях по вопросу о конструировании брачного партнера см. Li, Bailey, Kenrick, & Linsenmeier (2002).

Более подробно о половых различиях и схожестях в вопросе о предпочтениях при выборе партнера см. Buss (1989); Li & Kenrick (2006).

Почему женщины иногда платят мужчинам?

Больше о приданом и выкупах за невесту можно найти у Randeria & Visaria (1984); Anderson (2007) и Rajamaran (1983).

Изменчивые одиночки: игра вокруг приобретения партнера

Более подробно о мужских и женских брачных объявлениях см. Kenrick & Keefe (1992); Rajecki, Bledsoe, & Rasmussen (1991); Wiederman (1993); Baize и Schroeder (1995).

Об изучении различных причин смертности см. Kenrick and Gomez-Jacinto (2013).

Более подробно о том, как действуют мужчины, когда активизируется их субличность, отвечающая за поиск партнера, см. Baker & Miller (2008); Griskevicius (2006a, 2006b, 2007,

2009); Iredale, Van Vugt, & Dunbar (2008); Wilson & Daly (2004); Van der Bergh et al. (2008).

Одинокие женщины

О том, как поиск партнера заставляет женщину проявлять повышенную склонность к компромиссу, см. Griskevicius, Goldstein et al. (2006).

Информацию по вопросу о практике чаевых см. Griskevicius et al. (2007).

Подробнее о том, что женщины готовы идти на риск ради красоты, см. Hill & Durante (2011).

Более подробно о том, что женщины считают поддержание красоты необходимостью, см. Hill et al. (2012).

Брачные узы: игра вокруг удержания партнера

Об исследованиях по вопросу высоких требований, предъявляемых мужчинами к брачным партнерам, см. Kenrick et al. (1990).

Ревность: мужская и женская

Исследования гендерных различий в ревности описаны у Buss et al. (1992); Sagarin (2005).

Этот же аспект в других культурах рассмотрен у Buunk, Angleitner, Oubaid, & Buss (1996), Buss, Shackelford, Kirkpatrick et al. (1999); Wiederman и Kendall (1999).

Спрос и предложение в отношениях полов

Более подробно о статистике по штату Джорджия и о том, как соотношение количества мужчин и женщин влияет на траты мужчин, см. Griskevicius et al. (2012).

Книгу *Too Many Women?* написали Guttentag & Secord (1983).

Более подробно о соотношениях полов в разных странах см. Hesketh (2009); Francis (2011); Belanger и Tran (2011) и Hudson & den Boar (2005).

Более подробно о соотношении полов и поведении женщин см. Durante, Griskevicius, Cantu, Simpson, & Tybur (2012).

Глава 9. Паразиты в охоте за нашей глубинной рациональностью

Более подробно о кукушках и тростниковых камышовках см. Davies and Brooke (1988), Alcock (2013).

Более подробно о Бернарде Мейдоффе см. Kirtzman (2010).

Эксплуатация в природе

Более подробно о различных формах симбиоза и паразитизма в природе см. Boucher (1985); Hoeksma and Bruna (2000) и Hirsch (2004).

Как заставить людей больше платить и покупать

Статистика разорения компаний приведена по данным Бюро трудовой статистики, см. Knaup (2005).

Статистика владения обувью людьми состоятельного класса приведена в журнале *Time* (2006).

Плавание (и расходы) в кишащих паразитами водах

Обсуждение вопросов мимикрии в окраске губанов и саблезубых рыб-собачек найдете у Wickler (1966) и Cheney & Cote (2005).

Более подробно о вопросах редкости товаров и параллелях между животными-

паразитами и людьми-паразитами см. Cialdini (2008).

Сколько вы заплатите за кусок камня?

Более подробно об Оппенгеймере и концерне «Де Бирс» см. Kanfer (2008).

Вам эту таблетку , сэр?

Статистика выдачи рецептов приведена у Schondelmeyer (2007).

О статистике смертей от лекарств см. Null, Feldman, Rasio, & Dean (2011).

Более подробно о подделке лекарственных средств см. материал Всемирной организации здравоохранения Growing Threat from Counterfeit Medicines.

Заключение. Памятные фотографии, оставшиеся после нашего путешествия

Урок 2. Рациональный интерес не всегда служит вашим интересам

Подробнее об эксперименте с игрой «Уолл-стрит» см. Liberman, Samuels, and Ross (2004).

Благодарности

Видя титры в конце фильма, мы всегда поражаемся тому, как много людей необходимо, чтобы превратить замысел в целую кинокартину. В этом книги не отличаются от фильмов. Десятки людей, остающихся за сценой, помогали нам в том, чтобы превратить в книгу несколько сырых идей.

Еще до того как мы приступили к написанию этой книги, наше мышление формировалось под влиянием стимулирующих работу мысли бесед с коллегами и соратниками Бобом Чалдини, Стивом Нейбергом, Джилл Санди, Нормом Ли, Марком Шаллером, Ноа Голдштейном, Воном Беккером, Энди Дэлтоном, Тэсс Робертсон, Джошем Аккерманом, Джеффом Симпсоном, Адамом Коэном, Джошем Тайбуром, Джо Редденом, Джессикой Ли, Лани Шиота, Кристиной Дуранте, Сарой Хилл, Беккой Нил, Эндрю Уайтом, Дженессой Шапиро, Чадом Мортенсеном и Лайонелом Найкаслом. Каждый из этих блестящих людей помог оттачиванию нашего мышления по данной теме и научил старых собак новым трюкам. Мы также очень обязаны нашим коллегам и студентам из Университета штата Аризона и Миннесотского университета, которые одновременно и поддерживали нас, и формулировали новые задачи, не давая нам лениться и заставляя работать упорнее.

Наши представления об эволюционных корнях процесса принятия решений были обогащены работами многих блестящих и плодотворно работающих коллег, включая Марти Хэзлтон, Леду Космидес, Джона Туби, Дэвида Басса, Мартина Дэйли, Марго Уилсон, Роберта Франка, Марка ван Вугта, Х. Т. Ванга, Джона Мэйнера, Питера Тодда, Джеффри Миллера, Роба Курзбана, Атену Актипис, Дэниэла Неттла, Герда Джигерензера, Гэда Саада, Стива Джангестада, Билла фон Хиппеля, Андреаса Уилке, Брюса Эллиса, Джей Белски, Стивена Пинкера, Дэна Бэррета, Дэна Фесслера, Деб Либерман, Карлоса Наррете и А. Дж. Фигейредо. Ваша творческая работа зародила в нас многие полезные идеи.

Хотя мы оба уделили значительную часть писательской карьеры подготовке статей для научных журналов, нас воодушевила мысль несколько отойти в сторону от научного

изложения после того, как мы прослушали курс лекций по научно-популярной литературе, прочитанный одним из наших любимых писателей-популяризаторов Джоном Элкоком. Думаем, что под его влиянием прочтение этой книги для читателей стало легче.

В улучшении стиля книги нам помогли многочисленные друзья и коллеги, которые читали разные варианты текста и делились с нами ценными советами. Среди них Джош Аккерман, Марк Берген, Роберт Чалдини, Энди Дэлтон, Кристина Дуранте, Сара Хилл, Джордж Джон, Акшай Рао, Джо Редден, Джефф Симпсон, Дэвид Люндберг Кенрик, Джеффри Миллер, Джош Тайбур, Кевин Аптон, Брам Ван ден Берг, Кэтлин Вос, Чианфенг Ю и Донг Зи. Мы благодарны также нескольким докторантам, которые поделились с нами ценными замечаниями по книге. Среди них Стефани Канту, Майкл Коуви, Чирааг Миттал, Ник Олсон и Этан Янг.

На размышления Дугласа по вопросам эволюции и поведения в значительной степени повлияли годы захватывающих бесед с его друзьями Ричом Кифом, Эдом Садалла и Марком Шаллером. Эти разговоры часто проходили во время длинных прогулок и за вкусной едой. В том, что касается вкусной еды, Кэрол Люс не только обеспечивала Дугласа прекрасным питанием во время его работы над данным текстом, но и сопрово- ждала свою кулинарию глубокой интеллектуальной подпиткой в виде идей для этой книги. Дэвид Люндберг Кенрик стал не только еще одним интеллектуальным соратником, он активно использовал свои способности в области видеотехники, чтобы преобразовать некоторые идеи этой книги в визуальный ряд (если поищете, то результаты вы можете увидеть на YouTube: это сюжеты «Как субличности, отвечающие за поиск партнера и самозащиту, мотивируют изменения в эффекте неприятия потерь» или «Кенрик — Рациональное животное»). Младший брат Дэвида, Лайам, помог Дугласу в изучении творчества Джоан К. Роулинг, заставляя отца тщательным образом прочесть ему все книги о Гарри Поттере, что, в свою очередь, позволило автору избежать соблазна написать эту книгу в виде статьи для научного журнала. Бабушка Джин Люс тоже помогла нам, изыскивая другие способы развлечь Лайама и щедро даря Дугласу время, чтобы у него была возможность вообще что-нибудь написать.

Влад обязан Эллиоту Аронсону и Энтони Пратканису за совет начать заниматься социальной психологией, а Бобу Чалдини и Дугласу Кенрику (еще до того, как последний стал его соавтором) за науку о том, как размышлять внутри и вовне этой дисциплины. Антанас и Данута, родители Влада, преподнесли ему бесценные подарки в виде новых возможностей и доверия. Благодаря этому он мог заниматься тем, чем он хочет, а родители всегда верили в то, что у него все получится. Большой брат Агнюс научил Влада смелому открытию мира идей. Влад благодарен за годы дружбы Джил Кореш, Полу Зака, Анарунджану Сингху, Бреннану Даймонду, Дэррен Вайс, Тэйлору Умлауфу и Джошу Соркину. Они предоставили ему свое общество и преподали много уроков во время путешествий, весенних спортивных тренировок и участия в музыкальном ансамбле в гараже. Особая благодар- ность Джил, которая была всегда готова разделить компанию в прогулках и серьезных беседах. Влад надеется продолжить такие беседы в будущем со своими подрастающими детьми Гретой, Норой и Николасом, которые всегда показывают ему жизнь с новой стороны и напоминают о необходимости уметь наслаждаться ее самыми малыми проявлениями. В том, что касается детей, Нана Чаринанне обеспечила им заботу и внимание на протяжении огромного количества времени. И разумеется, Влад глубоко обязан и благодарен своей преданной жене Дженни, которая самоотверженно каждый день делает тысячу дел, чтобы поддерживать здоровье Влада и создавать ему все условия для творчества. Я люблю тебя.

И Дуглас и Влад также благодарны оказавшему большую под- держку редактору Т. Дж. Келлхеру, выпускающему редактору Сандре Берис и литературному агенту Джиму Левину.

Список использованной литературы

1. Abraham, Tamara 2012. “Is testosterone the new drug of choice on Wall Street? How

traders are using male hormone booster shots to maintain a competitive edge”. *Daily Mail* , February 10. http://www.dailymail.co.uk/ femail/article-2099372/Is-testosterone-new-drug-choice-Wall-Street-How- traders-using-male-hormone-booster-shots-maintain-competitive-edge.html.

2. Ackerman, J. M., D.V. Becker, C.R. Mortensen, T. Sasaki, S.L. Neuberg, and D.T. Kenrick. 2009. “A pox on the mind: Disjunction of attention and memory in the processing of physical disfigurement”. *Journal of Experimental Social Psychology* 45, 478–485.

3. Ackerman, J. A., V. Griskevicius and N.P. Li. 2011. “Let’s get serious: Communicating commitment in romantic relationships”. *Journal of Personality and Social Psychology* 100, 1015–1026.

4. Ackerman, J. M., J.R. Shapiro, S.L. Neuberg, D.T. Kenrick, D.V. Becker, V. Griskevicius, J.K. Maner and M. Schaller, M., 2006. “They all look the same to me (unless they’re angry): From out-group homogeneity to out-group heterogeneity”. *Psychological Science* 17, 836–840.

5. Aktipis, C. A., and R. Kurzban. 2004. “Is *homo economicus* extinct? Vernon Smith, Daniel Kahneman and the evolutionary perspective”. In R. Koppl (Ed.), *Advances in Austrian economics* . 7: 135–153. Amsterdam: Elsevier.

6. Alcock, J. 2013. *Animal Behavior: An Evolutionary Approach* (10th edition). Sunderlend. MA: Sinauer Associates.

7. Alicke, Mark D., D. A. Dunning and J.I. Kruger. 2005. *The Self in Social Judgment* . New York: Psychology Press.

8. Anderson, C., S. Brion, D. M. Moore, and J.A. Kennedy. 2012. “A status- enhancement account of overconfidence”. *Journal of Personality and Social Psychology* 103: 718–735.

9. Anderson, S. 2007. “The economics of dowry and brideprice”. *Journal of Economic Perspectives* . 21, № 4 (fall), 151–174.

10. Andrews, M. W., and L.A. Rosenblum. 1991. “Attachment in monkey infants raised in variable-demand and low-demand environments”. *Child Development* 62, 686–693.

11. Ariely, D. 2008. *“Predictably Irrational* ”. New York: Harper Collins. (Издание на русском языке: *Ариели Д* . Предсказуемая иррациональность. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010.)

12. Arnett, J. J, and J. Schwab, 2012. “The Clark University poll of emerging adults”/ Clark University, December 2012, // http://www.clarku.edu/ clarkpoll/pdfs/Clark_Poll_Peer%20Inst.pdf.

13. Arrington, Michael. 2011. “Internet entrepreneurs are like professional athletes, they peak around 25”. Tech crunch, Saturday April 30, http:// techcrunch.com/2011/04/30/internet-entrepreneurs-are-like-professional- athletes-they-peak-around-25/.

14. Autoblog. 2011. “First Fisker Carma headed to Leonardo DiCaprio, Colin Powell and Al Gore soon after”. Autoblog, July 13 http://www.autoblog. com/2011/07/13/first-fisker-karma-headed-to-leonardo-dicaprio-colin- powell-and/.

15. Axelrod, R., and W.D. Hamilton. 1981. “The evolution of cooperation”. *Science* 211: 1390–1396.

16. Bailey, J. M., S.Gaulin, Y.Agyei, and B.A. Gladue. 1994. “Effects of gender and sexual orientation on evolutionarily relevant aspects of human mating psychology”. *Journal of Personality and Social Psychology.* 66: 1081–1093.

17. Baize, H. R., and J.E. Schroeder. 1995. “Personality and mate selection in personal ads: Evolutionary preferences in a public mate selection process”. *Journal of Social Behavior and Personality.* 10: 517–536.

18. Baker, M. D., and J.K. Maner. 2009. “Male Risk-Taking as a Context-Sensitive Signaling Device”. *Journal of Experimental Social Psychology.* 45: 1136–1139.

19. Baker, M., and J.K. Maner. 2008. “Risk-Taking as a Situationally Sensitive Male Mating Strategy”. *Evolution and Human Behavior.* 29: 391–395.

20. Barrett, H. C., and R. Kurzban. 2006. “Modularity in cognition: Framing the debate”. *Psychological Review.* 113: 628–647.

21. Baumeister, R. R, and M.R. Leary. 1995. “The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation”. *Psychological Bulletin.* 117: 497–529.

22. Baumeister, Roy F. and Kathleen D. Vohs 2004. “Sexual Economics: Sex as Female Resource for Social Exchange in Heterosexual Interactions”. *Personality and Social Psychology Review* 8, (4): 339–363.

23. BBC News. 2002. “Famine-hit Zambia rejects GM food aid”. BBC News, October 29, http://news.bbc.co.uk/2/hi/africa/2371675.stm.

24. Beaumont, P. “Starving Afghans sell girls of eight as brides”, Guardian, January 6 http://www.guardian.co.uk/world/2007/jan/07/afghanistan. peter-beaumont.

25. Becker, D. V., U.S.Anderson, S.L. Neuberg, J.K. Maner, J.R. Shapiro, J.M. Ackerman, M. Schaller and D.T. Kenrick. 2010. “More memory bang for the attentional buck: Self-protection goals enhance encoding efficiency for potentially threatening males”. *Social Psychological and Personality Science.* 1: 182–189.

26. Becker, D. V., D.T. Kenrick, S.L. Neuberg, K.C. Blackwell and D.M. Smith. 2007. “The confounded nature of angry men and happy women”. *Journal of Personality and Social Psychology* . 92: 179–190.

27. Belanger, D., and G. L. Tran. 2011. “The impact of transnational migration on gender and marriage in sending communities of Vietnam”. *Current Sociology* . 59: 59–77.

28. Belsky, J., R. M. Houts, and R. M. P. Fearon. 2010. “Infant attachment security and timing of puberty: Testing an evolutionary hypothesis”. *Psychological Science.* 21: 1195–1201.

29. Belsky, J., L. Steinberg, L., and P. Draper. 1991. “Childhood experience, interpersonal development, and reproductive strategy: An evolutionary theory of socialization”. *Child Development.* 62: 647–670.

30. Bird, Rebecca Bliege and Eric Alden Smith. 2005. “Signaling Theory, Strategic Interaction, and Symbolic Capital”. *Current Anthropology.* 46 (2): 221–248.

31. Borgia, Gerald. 1985. “Bower quality, number of decorations and mating success of male satin bowerbirds (prilonorhynchus violaceus): an experimental analysis”. *Animal Behavior* . 33: 266–271.

32. Boucher, D. H. ed. 1985. *The biology of mutualism* . — New York: Oxford University Press.

33. Branch, T. 1988. *Parting the waters: America in the King years, 1954–1963* . New York: Simon & Schuster.

34. Bronfenbrenner, M., W. Sichel, and W. Gardner. (1990). *Economics* (23rd ed.). Boston: Houghton Mifflin.

35. Burnham, Terence C., 2007. “High-testosterone men reject low ultimatum game offers”. *Proceedings of The Royal Society B* 274: 2327–2330.

36. Burnstein, E., C. Crandall, and S. Kitayama. 1994. “Some neo-Darwinian decision rules for altruism: Weighing the cues for inclusive fitness as a function of the biological importance of the decision”. *Journal of Personality and Social Psychology* . 67: 773–789.

37. Buss, D. M. 1989. “Sex differences in human mate preferences: Evolutionary hypotheses tested in 37 cultures”. *Behavioral and Brain Sciences* . 12: 1–49.

38. Buss, D. M. 2005. *The Handbook of Evolutionary Psychology* . Wiley: New York.

39. Buss, D. M., T. K. Shackelford, L. A. Kirkpatrick, J. C. Choe, H. K. Lim, M. Hasegawa, T. Hasegawa, and K. Bennett. 1999. “Jealousy and the nature of beliefs about infidelity: Test of competing hypotheses about sex differences in the United States, Korea, and Japan”. *Personal Relationships.* 6: 125–150.

40. Camerer, C. F. 2003. *Behavioral game theory: Experiments in strategic interaction* . New York: Russell Sage Foundation.

41. Carroll S.B. 2009. *Remarcable creatures: epic adventures in the search of the origin of species.* Orlando, FL: Houghton Mifflin Harcourt.

42. Cheney, K. L., and I. M. Cote. 2005. “Frequency-dependent success of aggressive mimics in a cleaning symbiosis”. *Proceedings of the Royal Society B.* 272: 2635–2639.

43. Cheng, J. T., J. L. Tracy, T. Foulsham, A. Kingstone, and J. Henrich. 2013. “Two ways to the top: Evidence that dominance and prestige and distinct yet viable avenues to social rank and

influence". *Journal of Personality and Social Psychology.* 104: 103–125.

44. Chisholm, J. S. 1993. "Death, hope, and sex: Life-history theory and the development of reproductive strategies*". Current Anthropology.* 34: 1–24.

45. Cialdini, R. 2008. The Psychology of Influence (5th edition). Boston: Allyn & Bacon. (Издание на русском языке: *Чалдини Р.* Психология влияния. — СПб.: Питер, 2013.)

46. Clark, R. D., and E. Hatfield. 1989. "Gender differences in receptivity to sexual offers". *Journal of Psychology & Human Sexuality.* 2: 39–55.

47. Collier, P., and D. Horowitz. 1984. The Kennedys: An American drama. New York: Warner / Simon & Schuster. (Издание на русском языке: *Горовиц Д., Кольер П.* Клан Кеннеди. Американская драма. — М., 1988.)

48. Collins, L., and D. LaPierre, D. 1975. *Freedom at midnight.* New York: Simon & Schuster.

49. Confer, J. C., J.A. Easton, D.S. Fleischman, C.D. Goetz, D.M Lewis, C. Perilloux, and D.M. Buss. 2010. "Evolutionary psychology: Controversies, questions, prospects, and limitations". *American Psychologist.* 65: 110–126.

50. Cosmides, L. 1989. "The logic of social exchange: Has natural selection shaped how humans reason? Studies with the Wason selection task". *Cognition/* 31:187–276.

51. Cosmides, L. and J.Tooby. 1992. "Cognitive adaptations for social exchange. In J. Barkow, L. Cosmides, & J. Tooby (Eds.), *The adapted mind: Evolutionary psychology and the generation of culture.* New York: Oxford University Press. (Издание на русском языке: *Туби Дж., Космидес Л.* Когнитивная психология: история и современность. Хрестоматия. — М., 1994, 2011.)

52. Cosmides, L., and J. Tooby. 1994. "Better than rational: Evolutionary psychology and the invisible hand". *The American Economic Review.* 84:327–332.

53. Crawford C. and D. Krebs. 2008. (Eds.), *Foundations of Evolutionary Psychology.* New York: Lawrence Erlbaum Associates.

54. D'Estries, M. 2012. "J. K. Rowling's charity giving knocks her off Forbes' billionaires list". Mother Nature Network, March 13, 2012.

55. Dabbs, J. M., and R. Morris. 1990. "Testosterone, social class, and antisocial behavior in a sample of 4,462 men". *Psychological Science,* 1, 209–211.

56. Daly, M., and M. Wilson. 1988. *Homicide.* New York: Aldine de Gruyter.

57. Daly, Martin, and Margo Wilson. 1998. *The Truth About Cinderella.* New Haven: Yale University Press.

58. Davies, N. B., and M de L. Brooke. 1988. "Cuckoos versus reed warblers: Adaptations and counteradaptations". *Animal Behaviour* , 36, 262–284.

59. De Fraja, Gianni 2009. "The Origin of Utility: Sexual Selection and Conspicuous Consumption". *Journal of Economic Behavior & Organization,* 72, 2009, 51–69.

60. DeBruine, L. M. 2002. "Facial resemblance enhances trust". *Proceedings of the Royal Society of London B* , 269 (1498): 1307–1312.

61. Del Giudice, M. 2009. "Sex, attachment, and the development of reproductive strategies. Economic uncertainty and life history strategies". *Behavioral and Brain Sciences* . 32: 1–21.

62. DiNapoli, T. P. 2008. "2008 comptroller's report of the financial condition of New York State". Retrieved from http://www.osc.state.ny.us/finance/ finreports/fcr08.pdf.

63. Dial the Truth Ministries. n.d "Premature Death of Rock Stars". Dial the Truth Ministries, http://www.av1611.org/rockdead.html

64. Dubner, Stephen J. 2011. "Hey baby, is that Prius you're driving?" http://www.freakonomics.com/2011/07/07/hey-baby-is-that-a-prius- you%E2%80%99re-driving/.

65. Dunbar, Robin, & Barrett, Louise 2009. *Oxford Handbook of Evolutionary Psychology* . Oxford University Press.

66. Durante, K. M., V. Griskevicius, S.M. Cantu, S. M., J.A. Simpson, and J.M. Tybur. 2012. "Sex ratio and women's careers: Does a scarcity of men lead women to choose briefcase over baby?". *Journal of Personality and Social Psychology.* 103: 121–134.

67. Durante, K. M., V. Griskevicius, S.E. Hill, C. Perilloux, and N.P. Li. 2011. “Ovulation, female competition, and product choice: Hormonal influences on consumer behavior”. *Journal of Consumer Research.* 37: 921-934.

68. Durante, K. M., V. Griskevicius, J.A. Simpson, S.M. Cantu and N.P. Li. 2012. “Ovulation leads women to see sexy cads as good dads”. *Journal of Personality and Social Psychology* . 103: 292–305.

69. Ellis, B. J. 2004. “Timing of pubertal maturation in girls”. *Psychological Bulletin.* 130: 920–958.

70. Ellis, B. J., A. J. Figueredo, B.H. Brumbach, and G.L. Schlomer. 2009. “Fundamental dimensions of environmental risk: The impact of harsh vs. unpredictable environments on the evolution and development of life history strategies*”. Human Nature.* 20: 204–268.

71. Emlen, S. T., P.H. Wrege, and N.J. Demong. 1995. “Making decisions in the family: An evolutionary perspective”. *American Scientist.* 83: 148–157.

72. Federal Bureau of Investigation. 2011 “Crime in the United States. 2011. FBI.gov, http://www.fbi.gov/adout-us/cjis/ucr/crime-in-the-us/2011/crime-in-the-us-2011.

73. Feuer, A. 2008. “Thousands later, he sees lottery’s cruelty up close”. *The New York Times* . Retrieved from http://www.nytimes.com/2008/08/22/ nyregion/22super.html?_r_1.

74. Figueredo, A. J., G. Vásquez, B. H. Brumbach, J. A. Sefcek, B. R. Kirsner and W. J. Jacobs. 2005. “The K-Factor: Individual differences in life history strategy”. *Personality and Individual Differences* , 39(8), 1349–1360.

75. Fiske, A. P. 1992. “The Four Elementary Forms of Sociality: Framework for a Unified Theory of Social Relations”. *Psychological Review.* 99: 689–723.

76. Foa, E. B., and U. G. Foa. 1980. Resource theory: Interpersonal behavior as exchange. In K. J. Gergen, M. S. Greenberg, & R. H. Willis (Eds.), *Social exchange: Advances in theory and research* — New York: Plenum Press, 77–94.

77. Francis, A. M. 2011. “Sex ratios and the red dragon: using the Chinese Communist Revolution to explore the effect of the sex ratio on women and children in Taiwan”. *Journal of Population Economics.* 24: 813–837.

78. Frank, Robert. 1999. *Luxury Fever* . Princeton University Press.

79. Freiberg, K. L., and J.A. Freiberg. 1996. “Nuts! Southwest Airlines crazy recipe for business and personal success”. New York: Broadway Books.

80. Friedman, D. 1996. *Hidden Order: The economics of everyday life* . New York: Harper Collins.

81. Gabor, A. 2000. *The capitalist philosophers* . New York: Times Business.

82. Gandolfi, Arthur, Anna S. Gandolfi, and David P. Barash. 2002. *Economics as an Evolutionary Science: from utility to fitness.* Transaction Publishers.

83. Gangestad, S. W. and J. A. Simpson, 2000. The evolution of human mating: trade-offs and strategic pruralism”. *Behavioral and brain sciences* . 23:573–644.

84. Gangestad, S. W. and J.A. Simpson. 2007. The Evolution of Mind: Fundamental Questions and Controversies. New York: Guilford Press.

85. Gazzola, Valeria, Michael L. Spezio, Joset A. Etzel, Fulvia Castelli, Ralph Adolphs, and Christian Keysers. 2012. “Primary somatosensory cortex discriminates affective significance in social touch”. *Proceedings of the National Academy of Sciences* . 109: 9688–9689.

86. Gazzaniga, M. 1985. *The social brain: Discovering the networks of the mind* . New York: Basic Books.

87. Geary, D. C. 2000. “Evolution and the proximate expression of human paternal investment”. *Psychological Bulletin* . 126: 55–77.

88. Gettler, L.T., A.B. Feranil, T.W. McDade and C.W. Kuzawa. 2011. “Longitudinal evidence that fatherhood decreases testosterone in human males”. *Proceedings of the National Academy of Sciences* . 108(29):16 194–16 199.

89. Gettler L.T., T.W. McDade and C.W. Kuzawa. 2011. “Cortisol and testosterone in Filipino young adult men: Evidence for co-regulation of both hormones by fatherhood and

relationship status". *American Journal of Human Biolog.* 23(5): 609–620.

90. Ghazanfar, A. A., J.G. Neuhoff, N.K. Logothetis. 2002. "Auditory looming perception in rhesus monkeys". *Proceedings of the National Academy of Sciences USA* . 99 (24): 15 755–15 757.

91. Gigerenzer, G., W. Gaissmaier, E. Kurz-Milcke, L. M. Schwartz and S. Wolo- shin. 2007. "Helping doctors and patients to make sense of health statistics*". Psychological Science in the Public Interest.* 8: 53–96.

92. Glocker M.L., D.D. Langleben, K. Ruparel, J.W. Loughead, R.C.Gur and N. Sachser. 2009. "Baby schema in infant faces induces cuteness perception and motivation for caretaking in adults". *Ethology.* 115: 257–263.

93. Godoy, Ricardo, Victoria Reyes-Garcia, Tomas Huanca, William R. Leonard, Thomas McDade, Susan Tanner, Vincent Vadez, and Graig Seyfried. 2007. "Signaling by Consumption in a Native Amazonian Society". *Evolution and Human Behavior.* 28: 124–134.

94. Goodwin, D. K. 1987. *The Fitzgeralds and the Kennedys: An American saga* . New York: Simon & Schuster.

95. Grady, S. 1999. *Kennedy curse is a product of the Kennedy hubris* . Lawrence Journal-World. July 20, 6B.

96. Griskevicius, V., J. A. Ackerman, S. M. Cantu, A.W. Delton, and T. E. Robertson, J. A. Simpson, M. E. Thomson, and J. M. Tybur. 2013. "When the economy falters do people spend or save? Responses to resource scarcity depend on childhood environments". *Psychological Science.* 24:197–205.

97. Griskevicius, V., J. M. Tybur, J. M. Sundie, R.B. Cialdini, G.F. Miller, and D.T. Kenrick. 2007. "Blatant benevolence and conspicuous consumption: When romantic motives elicit strategic costly signals". *Journal of Personality and Social Psychology.* 93: 85–102.

98. Griskevicius, V. and D.T. Kenrick. 2013. "Fundamental motives for why we buy: How evolutionary needs influence consumer behavior". *Journal of Consumer Psychology* .

99. Griskevicius, V., R.B. Cialdini and D.T. Kenrick. 2006. "Peacocks, Picasso, and parental investment: The effects of romantic motives on creativity". *Journal of Personality and Social Psychology* . 91: 63–76.

100. Griskevicius, V., A.W. Delton, T.E. Robertson and J.M. Tybur. 2011. "The environmental contingency of life history strategies: Influences of mortality and socioeconomic status on reproductive timing". *Journal of Personality and Social Psychology.* 100: 241–254.

101. Griskevicius, V., N. J. Goldstein, C. R. Mortensen, R.B. Cialdini, and D. T. Kenrick. 2006. "Going along versus going alone: When fundamental motives facilitate strategic (non)conformity". *Journal of Personality and Social Psychology.* 91: 281–294.

102. Griskevicius, V., N. J. Goldstein, C.R. Mortensen, J. M. Sundie, R. B. Cialdini, and D.T. Kenrick. 2009. "Fear and loving in Las Vegas: Evolution, emotion, and persuasion". *Journal of Marketing Research* . 46: 385–395.

103. Griskevicius, V., J. M. Tybur, and B. Van den Bergh. 2010. "Going green to be seen: Status, reputation, and conspicuous conservation". *Journal of Personality and Social Psychology.* 98: 392–404.

104. Griskevicius, V., J. M. Tybur, J.A. Ackerman, A. W. Delton, T. E. Robertson, and A.E. White. 2012. "The financial consequences of too many men: Sex ratio effects on saving, borrowing, and spending". *Journal of Personality and Social Psychology.* 102: 69–80.

105. Griskevicius, V., A. W. Delton, T. E. Robertson and J. M. Tybur. 2011. "The influence of mortality and socioeconomic status on risk and delayed rewards: A life history theory approach". *Journal of Personality and Social Psychology.* 100: 1015–1026.

106. Griskevicius, V., J. M. Tybur, S. W. Gangestad, E. F. Perea, J. R. Shapiro, and D. T. Kenrick. 2009. "Aggress to impress: Hostility as an evolved context-dependent strategy". *Journal of Personality and Social Psychology.* 96: 980–994.

107. Grubbs-West, L. 2005. *Lessons in loyalty: How Southwest Airlines Does It — An insider's view* . Dallas, TX: Cornerstone Leadership Institute.

108. Guttentag, M., and P.F Secord. 1983. *Too many women? The sex ratio question.* Beverly

Hills, CA: Sage Publications.

109. Hagen, E. H., and P. Hammerstein. 2006. “Game theory and human evolution: A critique of some recent interpretations of experimental games”. *Theoretical Population Biology* . 69: 339–348.

110. Hamilton, W. D. 1964. “The genetical evolution of social behavior”. *Journal of Theoretical Biology.* 7: 1–52.

111. Haselton, M. G. and D. M. Buss. 2000. “Error management theory: A new perspective on biases in cross-sex mind reading”. *Journal of Personality and Social Psychology* . 78: 81–91.

112. Haselton, M. G. and D. Nettle. 2006. “The paranoid optimist: An integrative evolutionary model of cognitive biases”. *Personality and Social Psychology Review.* 10 (1): 47–66.

113. Haselton, M. G., G. A. Bryant, A. Wilke, D. A. Frederick, A. Galperin, W. Frankenhuis and T. Moore. 2009. “Adaptive rationality: An evolutionary perspective on cognitive bias”. *Social Cognition.* 27: 733–763.

114. Henrich, J. and F.J. Gil-White. 2001. “The evolution of prestige: freely conferred status as a mechanism for enhancing the benefits of cultural transmission”. *Evolution and Human Behavior.* 22: 165–196.

115. Henrich, J. et al. 2005. “Economic Man’ in Cross-Cultural Perspective: Behavioral Experiments in 15 Small-scale Societies”. *Behavioral and Brain Sciences.* 28 (6): 795–815.

116. Hesketh, T. 2009. “Too many males in China: The causes and consequences”. *Significance.* 6: 9–13.

117. Hill S. E., C. Rodeheffer, V. Griskevicius, K.M. Durante, and A.E. White. 2012. “Boosting beauty in an economic decline: Mating, spending, and the lipstick effect”. *Journal of Personality and Social Psychology.* 103: 275–291.

118. Hill, K. and A.M. Hurtado. 1996. *“Ache life history: The ecology and demography of a foraging people”.* Hawthorne, New York: Aldine de Gruyter.

119. Hill, K., and H. Kaplan. 1999. “Life history traits in humans: Theory and empirical studies”. *Annual Review of Anthropology.* 28: 397–438.

120. Hill, Sarah E. and Kristina M. Durante. 2011. “Courtship, Competition, and the Pursuit of Attractiveness: Mating Goals Facilitate Health-Related Risk-Taking and Strategic Risk Suppression in Women”. *Personality and Social Psychology Bulletin.* 37: 383–394.

121. Hirsch, A. M. 2004. “Plant-microbe: A continuum from commensalism to parasitism”. *Symbiosis.* 37: 345–363.

122. Hoeksma, J. D., and E.M. Bruna. 2000. Pursuing the big questions about interspecific mutualism: A review of theoretical approaches”. *Oecologia.* 125: 321–330.

123. Hoorens, Vera. 1993. “Self-enhancement and Superiority Biases in Social Comparison”. *European Review of Social Psychology (Psychology Press.)* 4 (1): 113–139.

124. Hrdy, S. B. 1999. *Mother Nature: A history of mothers, infants, and natural selection* . New York: Pantheon.

125. Hudson, Valerie M., and Andrea M. den Boar. 2005. *Bare Branches: The Security Implications of Asia’s Surplus male Population* . MIT Press.

126. Iredale, W., Van Vugt, M., and R.I.M. Dunbar. 2008. “Showing off in Humans: Male Generosity as a Mating Signal”. *Evolutionary Psychology.* 6 (3): 386–392.

127. Isaacson, Walter 2011. *Steve Jobs* . Simon & Schuster. (Издание на русском языке: *Айзексон У.* Стив Джобс. — М.: АСТ, Corpus, 2012.)

128. Johnson, D. D. P., and J. H. Fowler. 2011. “The Evolution of Overconfidence”. *Nature.* 477: 317–320.

129. Kahneman, Daniel 2011. *Thinking fast and slow* . Farrar, Straus and Giroux. (Издание на русском языке: *Канеман Д.* Думай медленно… Решай бы- стро. — М.: АСТ, 2013.)

130. Kahneman, Daniel and Amos Tversky. 1979. “Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk”. *Econometrica.* 47: 263–291.

131. Kanazawa, S. 2001. “De Gustibus Est Disputandum”. *Social Forces* . 79:1131–1163.

132. Kanfer, S. 1993. *The last empire: De Beers, diamonds, and the world.* New York:

Harper Collins.

133. Kaplan, H. and S. Gangestad. 2005. “Life history theory and evolutionary psychology”. *In The Handbook of Evolutionary Psychology.* David M. Buss (Ed). John Wiley and Sons: 68–95.

134. Kenrick, D. T. 2011. *Sex, murder, and the meaning of life: A psychologist investigates how evolution, cognition, and complexity are revolutionizing our view of human nature.* New York: Basic Books. (Издание на русском языке: *Кенрик Д.* Секс, убийство и смысл жизни. — СПб.: Питер, 2012.)

135. Kenrick, D. T., C. Gabrielidis, R.C. Keefe, and J. Cornelius. 1996. ‘Adolescent’s age preferences for dating partners: Support for an evolutionary model of life- history strategies. *Child Development.* 67: 1499–1511.

136. Kenrick, D. T., and L. Gomez-Jacinto. 2013. “Economics, Sex, and the Emergence of Society: A dynamic life history model of cultural variation”. In M. Gelfand, C. Y. Chiu, and Y. Y. Hong (Eds.) *Advances in Culture and Psychology,* Vol. 3. New York: Oxford University Press.

137. Kenrick, D. T., V. Griskevicius, S. L. Neuberg, and M. Schaller. 2010. “Renovating the pyramid of needs: Contemporary extensions built upon ancient foundations”. *Perspectives on Psychological Science.* 5: 292–314.

138. Kenrick, D. T., V.Griskevicius, J. M. Sundie, N. H. Li, Y. J. Li, and S. L. Neu- berg. 2009. “Deep rationality: The evolutionary economics of decision- making”. *Social Cognition.* 27: 764–785.

139. Kenrick, D. T., G.R. Groth, M.R. Trost, and E.K. Sadalla. 1993. “Integrating evolutionary and social exchange perspectives on relationships: Effects of gender, self-appraisal, and involvement level on mate selection criteria”. *Journal of Personality and Social Psychology* . 64: 951–969.

140. Kenrick, D. T., and R. C. Keefe. 1992. “Age preferences in mates reflect sex differences in human reproductive strategies”. *Behavioral & Brain Sciences.* 15: 75–133.

141. Kenrick, D. T., R. C. Keefe, A. Bryan, A. Barr, and S. Brown. 1995. “Age preferences and mate choice among homosexuals and heterosexuals: A case for modular psychological mechanisms”. *Journal of Personality and Social Psychology.* 69: 1166–1172.

142. Kenrick, D. T., N. L. Li, and J. Butner. 2003. “Dynamical evolutionary psychology: Individual decision rules and emergent social norms”. *Psychological Review.* 110: 3–28.

143. Kenrick, D. T., Y. J. Li, A. E. White, and S.L. Neuberg. 2012. “Economic Subselves: Fundamental motives and Deep Rationality”. Pp. 23–43 in J. Forgas, K. Fiedler, & C. Sedikides (eds.). Social thinking and interpersonal behavior: The 14th Sydney Symposium of Social Psychology. — New York: Psychology Press.

144. Kenrick, D. T., and C. L. Luce. 2000. “An evolutionary life-history model of gender differences and similarities”. In T. Eckes & H. M. Trautner (Eds.). *“The developmental social psychology of gender* ”(pp. 35–63). Hillsdale, New York: Erlbaum.

145. Kenrick, D. T., S. L. Neuberg, V. Griskevicius, M. Schaller, and D.V. Becker. 2010. “Goal-driven cognition and functional behavior: The fundamental motives framework”. *Current Directions in Psychological Science.* 19:63–67.

146. Kenrick, D. T., E. K. Sadalla, G. Groth, and M.R. Trost. 1990. “Evolution, traits, and the stages of human courtship: Qualifying the parental investment model”. *Journal of Personality.* 53: 97–116.

147. Kenrick, D. T., F. Sanabria, J.M. Sundie, and P.R. Killeen. 2006. “When dilemmas disappear: How fitness interdependencies transform strategic games”. Unpublished manuscript.

148. Kenrick, D. T., J. M. Sundie, and R. Kurzban. 2008. “Cooperation and conflict between kith, kin,and strangers: Game theory by domains”. In C. Crawford & D. Krebs (Eds.), Foundations of Evolutionary Psychology: Ideas, Issues and Applications (pp. 371–382). Mahwah, New York: Erlbaum.

149. Kidd, C., H. Palmen, and R. N. Aslin. 2013. “Rational snacking: Young children’s decision-making on the marshmallow task is moderated by beliefs about environmental reliability”. *Cognition:* 126: 109–114.

150. Kirtzman, A. 2009. *Betrayal: The life and lies of Bernie Madoff* . New York: Harper Collins.

151. Klein, E. 2003. *The Kennedy Curse* . New York: St. Martin's Press.

152. Klein, Jonathan. 2007. "Why do people really buy hybrids. The Topline Strategy Group". http://www.cleanenergycouncil.org/files/Topline_Strategy_Report_Why_People_Really_Buy_Hybrids.pdf

153. Knaup, A. 2005. "Survival and longevity in the Business Employment Dynamics data". Monthly Labor Review, May, 2005, 50–56.

154. Kurzban, Robert. 2010. *Why Everyone (Else) is a Hypocrite: Evolution and the Modular Mind* . Princeton University Press.

155. Lakshminarayanan, V., M. K. Chen, and L.R. Santos. 2011. "The evolution of decision-making under risk: Framing effects in monkey risk preferences". *Journal of Experimental Social Psychology.* 47 (3): 689-693

156. Lakshminaryanan, V., M. K. Chen, and L.R. Santos. 2008. "Endowment effect in capuchin monkeys (Cebus apella)". *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences,* 363. 3837–3844.

157. Larrick, R. P., K. A. Burson, and J.B. Soll. 2007. "Social comparison and confidence: When thinking you're better than average predicts overconfidence (and when it does not)". *Organizational Behavior & Human Decision Processes.* 102 (1): 76–94.

158. Levi, Maurice, Kai Li, and Feng Zhang. 2010. "Deal or No Deal: Hormones and Completion of Mergers and Acquisitions". *Management Science.* 56:1462–1483.

159. Levitt, S., and S.J. Dubner. 2005. *Freakonomics: A rogue economist explores the hidden side of everything.* New York: William Morrow. (Издание на русском языке: *Левитт С., Дабнер С.* Суперфрикономика. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010.)

160. Lewin, Alexandra C. (2007). Case Study #4-4, Zambia and Genetically Modified Food Aid / Per Pinstrup-Andersen and Fuzhi Cheng (editors), *Food Policy for Developing Countries: Case Studies* , 12 pp.

161. N.P. Li, J.M. Bailey, D.T. Kenrick, and J.A.W.Linsenmeier. 2002. "The necessities and luxuries of mate preferences: Testing the tradeoffs". *Journal of Personality and Social Psychology* . 82: 947–955.

162. N.P. Li, and D.T. Kenrick. 2006. "Sex similarities and differences in preferences for short-term mates: What, whether, and why". *Journal of Personality & Social Psychology* . 90: 468–489.

163. Li, Y. J., D.T. Kenrick, V. Griskevicius, and S.L. Neuberg. 2012. "Economic decision biases and fundamental motivations: How mating and self-protection alter loss aversion". *Journal of Personality and Social Psycholog.* 102:550–561.

164. Liberman, V., S.M. Samuels, L. Ross, L. 2004. "The name of the game: Predictive power of reputations versus situational labels in determining prisoner's dilemma game moves". *Personality and Social Psychology Bulletin.* 30: 1175–1185.

165. Lino, M. 2010. "Expenditures on children by families". 2009. (Miscellaneous Publication № 1528–2009). Retrieved from http://www.cnpp usda.gov/ Publications/CRC/crc2009.pdf.

166. Low, B. S., A. Hazel, N. Parker, and K.B.Welch. 2008. "Influences on women's reproductive lives: Unexpected ecological underpinnings". *Cross Cultural Research* , 42, 201–219.

167. Maner, J. K., C. N. DeWall, R. F. Baumeister, and M. Schaller. 2007. "Does social exclusion motivate interpersonal reconnection? Resolving the "porcupine problem". *Journal of Personality and Social Psychology* . 92:42–55.

168. Maner, J. K., M.T. Gailliot, D.A. Rouby, and S.L. Miller. 2007. "Can't take my eyes off you: Attentional adhesion to mates and rivals ". *Journal of Personality and Social Psychology.* 93: 389–401.

169. Maner, J. K., D. T. Kenrick, and D. V. Becker, A. W. Delton, B. Hofer, C. J. Wilbur, and S. L. Neuberg. 2003. "Sexually selective cognition: Beauty captures the mind of the beholder".

Journal of Personality and Social Psychology. 85: 1107–1120.

170. Maner, J. K., D. T. Kenrick, S.L. Neuberg, D.V. Becker, T. Robertson, B. Hofer, A. Delton, J Butner, and M. Schaller. 2005. “Functional projection: How fundamental social motives can bias interpersonal perception”. *Journal of Personality and Social Psychology* . 88: 63–78.

171. Maner, J. K., S. L. Miller, D.A. Rouby, and M.T. Gailliot. 2009. “Intrasexual Vigilance: The Implicit Cognition of Romantic Rivalry”. *Journal of Personality and Social Psychology.* 97: 74–87.

172. Marmot, M. 2004. *Status Syndrome: How Your Social Standing Directly Affects Your Health and Life Expectancy.* Bloomsbury, London.

173. Martin, K. Annika. “Why McDonalds pulled Frankenfries from menu” / CNN.com April 28, 2000 // http://archives.cnn.com/2000/US/04/28/ fries4_28.a.tm/index.html.

174. Mathews, T. J., B. E. Hamilton. (2009, August). “Delayed childbearing: More women are having their first child later in life”. NCHS Data Brief, 21. Retrieved from http://www.cdc.gov/nchs/data/databriefs/db21.pdf.

175. Mead, N. L., R. F. Baumeister, T. F. Stillman, C. D. Rawn, and K. D. Vohs. 2011. “Social exclusion causes people to spend and consume in the service of affiliation”. Journal of Consumer Research. 37: 902-919.

176. Mezrich, Ben. 2002. Bringing Down the House: The Inside Story of Six M.I.T. Students Who Took Vegas for Millions (New York: Free Press). Издание на русском языке: *Мезрич Б.* Удар по казино — М.: Вильямс, 2006.

177. Mill, J. S. (1874/1836). “On the definition of political economy, and on the method of investigation proper to it”. *In Essays on Some Unsettled Questions of Political Economy,* (2nd ed.) — London: Longmans, Green, Reader & Dyer. *Originally published in London and Westminster Review,* October 1836.

178. Miller, G. F., J. M. Tybur, annd B. D. Jordan. 2007. “Ovulatory cycle effects on tip earnings by lap-dancers: Economic evidence for human estrus?” *Evolution and Human Behavior* . 28: 375–381.

179. Miller, G. F. 2000. *The Mating Mind: How Sexual Choice Shaped the Evolution of Human Nature.* London, England: Heinemann.

180. Miller, G. F. 2009. *Spent: Sex, Evolution and Consumer Behavior* . New York, New York: Penguin/Putnam.

181. Miller, S. L., and J. K. Maner. 2010. “Scent of a woman: Male testosterone responses to female olfactory ovulation cues “. *Psychological Science.* 21:276–283.

182. Miller, S. L., and J. K. Maner. 2011. “Ovulation as a mating prime: Subtle signs of female fertility influence men’s mating cognition and behavior*”. Journal of Personality and Social Psychology.* 100: 295–308.

183. Miller, S. L., and J.K. Maner. 2011. “Sick body, vigilant mind: The biological immune system activates the behavioral immune system”. *Psychological Science.* 22: 1467–1471.

184. Mischel, Walter; Ebbe B. Ebbesen, and Antonette Raskoff Zeiss. 1972. “Cognitive and attentional mechanisms in delay of gratification”. *Journal of Personality and Social Psychology.* 21 (2): 204–218.

185. Moore, D. A., and P.J. Healy. 2008. “The trouble with overconfidence”. *Psychological Review.* 115(2): 502–517.

186. Mortensen, C. R., D. V. Becker, J. M. Ackerman, S. L. Neuberg, and D. T. Kenrick. 2010. “Infection breeds reticence: The effects of disease salience on self-perceptions of personality and behavioral avoidance tendencies”. *Psychological Science.* 21: 440–447.

187. Navarrete, C. D., D.M.T. Fessler, and S.J. Eng. 2007. “Elevated ethnocentrism in the first trimester of pregnancy”. *Evolution and Human Behavior.* 28 (1):60–65.

188. Nesse R. M. 2005. “Natural selection and the regulation of defenses: a signal detection analysis of the smoke detector principle”. *Evolution and Human Behavior.* 26: 88–105.

189. Nettle, D. 2010. “Dying young and living fast: Variation in life history across English neighborhoods”. *Behavioral Ecology.* 21: 387–395.

190. Neuberg, S. L., D. T. Kenrick, and M. Schaller. 2011. “Human Threat Management Systems: Self-Protection and Disease Avoidance”. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews.* 35: 1042–1051.

191. Neuhoff, J. G. 1998. “A perceptual bias for rising tones”. *Nature.* 395 (6698):123–124.

192. Neuhoff, J. G. 2001. “An adaptive bias in the perception of looming auditory motion”. *Ecological Psychology.* 13 (2): 87–110.

193. Nicholson, Nigel. 2008. “Evolutionary Psychology and Family Business: A New Synthesis for Theory, Research, and Practice”. *Family Business Review.* 21: 103–118.

194. Nisbett, R., and T. Wilson. 1977. “Telling More than we can Know: Verbal reports on mental processes”. *Psychological Review.* 84: 231–259.

195. Null, G., M. Feldman, D. Rasio, and C. Dean. 2011. *Death by medicine* . Edinburg Va: Axios press.

196. O’Toole, James. 2012. “*Consumer reports* slams Fisker Karma”. CNN. September 25 // http://money.cnn.com/2012/09/25/autos/fisker-karma- consumer-reports/index.html.

197. Ohman, A. and S. Mineka. 2001. “Fears, phobias, and preparedness. Toward an evolved module of fear and fear learning”. *Psychological Review.* 108:483–522.

198. Palmer, C. T. 1993. “Anger, Aggression, and Humor in Newfoundland Floor Hockey — an Evolutionary Analysis”. *Aggressive Behavior.* 19: 167–173.

199. Pinker, S. 2011. *The better angels of our nature: The decline of violence in history and its causes* . London: Penguin Books.

200. Rajamaran, I. 1983. “Economics of Bride-Price and Dowry”. *Economic and Political Weekly* 18, 275–279.

201. Rajecki, D. W., S.B. Bledsoe, and J.L. Rasmussen. 1991. “Successful personal ads: Gender differences and similarities in offers, stipulations, and outcomes”. *Basic and Applied Social Psychology* 12: 457–469.

202. Randeria, S., and L.Visaria. 1984. “Sociology of bride-price and dowry”.

Economic and Political Weekly 15: 648–652.

203. Rapaport, A., and A.M. Chammah. 1965. *Prisoner’s dilemma.* Ann Arbor: University of Michigan Press.

204. Roff, D. A. 2002. *Life History Evolution* . Sunderland: Sinauer.

205. Ronay, R., and W. von Hippel. 2010. “The presence of an attractive woman elevates testosterone and physical risk-taking in young men”. *Social Psychological and Personality Scienc,* 1: 57–64.

206. Roney, James R. 2003. “Effects of Visual Exposure to the Opposite Sex: Cognitive Aspects of Mate Attraction in Human Males”. *Personality and Social Psychology Bulletin* 29 (3): 393–404.

207. Rosenblum, L. A., C. Forger, S. Noland, R.C. Trost, and J.D. Copland. 2001. “Response of adolescent bonnet macaques to an acute fear stimulus as a function of early rearing conditions*”.* *Developmental Psychobiology* 39: 40–45.

208. Rucker, D. D., A.D. Galinsky, and D. Dubois. 2012. “Power and consumer behavior: How power shapes who and what consumers value”. *Journal of Consumer Psychology* 22: 352–368.

209. Russell, B. 1950. *Unpopular Essays* . London: George Allen and Unwin.

210. Russia. 2008. “The golden Porsche”. English Russia, July 4, http://englishRussia.com/2008/07/04/the-golden-porsche.

211. Saad, G. 2007. *The evolutionary bases of consumption.* Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

212. Saad, G. 2011. *The Consuming Instinct* . Amherst, NY: Prometheus Books.

213. Saad, G. and J.G. Vongas. 2009. “The effect of conspicuous consumption on men’s testosterone levels”. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 110: 80–92.

214. Sagarin, B. J. 2005. “Reconsidering evolved sex differences in jealousy: Comment on Harris (2003)”. *Personality and Social Psychology Review* 9:62–75.

215. Sapolsky, R. M. 2002. *A primate's memoir: A neuroscientist's unconventional life among the baboons* . New York: Scribner.

216. Schaller, M., and L.A. Duncan. 2007. "The behavioral immune system: Its evolution and social psychological implications". In J. P. Forgas, M. G. Haselton, & W. von Hippel (Eds.), *Evolution and the social mind: Evolutionary psychology and social cognition* (pp. 293–307) — New York: Psychology Press.

217. Schaller, M., and D. R. Murray. 2008. "Pathogens, personality and culture: Disease prevalence predicts worldwide variability in sociosexuality, extraversion, and openness to experience". *Journal of Personality and Social Psychology* 95: 212–221.

218. Schaller, M., and J. H. Park. 2011. "The behavioral immune system (and why it matters)". *Current Directions in Psychological Science* 20: 99–103.

219. Schaller, M., G. E. Miller, W. M. Gervais, S. Yager, and E. Chen. 2010. "Mere visual perception of other people's' disease symptoms facilitates a more aggressive immune response". *Psychological Science* 21: 649–652.

220. Schaller, M., J. H. Park, and A. Mueller. 2003. "Fear of the dark: Interactive effects of beliefs about danger and ambient darkness on ethnic stereotypes". *Personality and Social Psychology Bulletin* 29: 637–649.

221. Schmitt, D. P. 2005. "Sociosexuality from Argentina to Zimbabwe: A 48-nation study of sex, culture, and strategies of human mating". *Behavioral & Brain Sciences* 28: 247–311.

222. Schmitt, D., et al. 2003. "Universal sex differences in the desire for sexual variety: Tests from 52 nations, 6 continents, and 13 islands". *Journal of Personality and Social Psychology* 85: 85–104.

223. Schneider, Greg. 2004. "Toyota's Prius Proving to Be the Hotter Ride in Hybrids". *Washington Post* Monday, August 23 // http://www. washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A24832-2004Aug22.html.

224. Schondelmeyer, S. 2007. "Viewpoint: In the growth in our drug tab sustainable?" *Drug Topics* , March 19, 2007 // http://drugtopics. modernmedicine.com/drugtopics/Special+Reports/Viewpoint-Is-the-growth- in-our-drug-tab-sustainabl/ArticleStandard/Article/detail/411533.

225. Scott, Annie 2009. "W Fort Lauderdale saves turtles from suicide" / Gadling, August 4 2009 // http://www.gadling.com/2009/08/04/w-fort-lauderdale- saves-turtles-from-suicide/.

226. Segal, N. 2000. *Entwined Lives: Twins and What They Tell Us About Human Behavior.* New York. Plume.

227. Segal, N. L., and V.A. Harris. 2008. "Bereavement-related responses following the loss of an MZ or DZ twin". *Behavior Genetics* 38: 647.

228. Segal, N. L., and S.L. Hershberger. 1999. "Cooperation and competition in adolescent twins: Findings from a Prisoner's Dilemma game". *Evolution and Human Behavior* 20: 29–51.

229. Sherman, P. W. 1981. "Kinship, demography, and Belding's ground squirrel nepotism". *Behavioral Ecology and Sociobiology* 8: 251–259.

230. Shoda, Yuichi; Mischel, Walter; Peake, Philip K. 1990. "Predicting Adolescent Cognitive and Self-Regulatory Competencies from Preschool Delay of Gratification: Identifying Diagnostic Conditions". *Developmental Psychology* 26 (6): 978–986.

231. Simon, H. A. 1955. "A behavioral model of rational choice". *Quarterly Journal of Economics* 69: 99–118.

232. Simon, H. A. 1956. "Rational choice and the structure of the environment". *Psychological Review* 63: 129–138.

233. Simpson, J. A., and S.W. Gangestad. 1992. "Sociosexuality and romantic partner choice". *Journal of Personality* 60: 31–51.

234. Simpson, J. A., and S.W. Gangestad. 1991. "Individual differences in sociosexuality: Evidence for convergent and discriminant validity". *Journal of Personality and Social Psychology* 60: 870–883.

235. Simpson, J. A., V. Griskevicius, S.I. Kuo, S. Sung, and W.A. Collins. 2012. "Evolution,

stress, and sensitive periods: The influence of unpredictability in early versus late childhood on sex and risky behavior”. *Developmental Psychology* 48: 674–686.

236. Smith, G. 2004. “An evaluation of the corporate culture of Southwest Airlines”. *Measuring Business Excellence* 8: 26–33.

237. Smith M., B. Kish, C. Crawford. 1987. “Inheritance of wealth as human kin investment”. *Ethology and Sociobiology* 8 (3): 171–182.

238. Sperry, R. W. 1968. “Hemisphere deconnection and unity in conscious awareness”. *American Psychologist* 23, 723–733.

239. Stanley, Thomas, and William Danko (1996). The Millionaire Next Door. New York: Pocket Books. (Издание на русском языке: *Стэнли Т., Данко У.* Ваш сосед — миллионер. — Минск: Попурри, 2005.)

240. Stearns, S. 1992. *The Evolution of Life Histories.* Cambridge: Oxford University Press.

241. Stewart, J. B. 2005. *Disney War* . New York: Simon & Schuster. (Издание на русском языке: *Стюарт Дж.* Война за империю Disney. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2006.)

242. Sugiyama L. S. 2004a. “Illness, Injury, and Disability among Shiwiar Forager-Horticulturalists: Implications of Health-Risk Buffering for the Evolution of Human Life History”. *American Journal of Physical Anthropology* 123:371–389.

243. Sugiyama L. S. 2004b. “Patterns of Shiwiar health insults indicate that provisioning during health crises reduces juvenile mortality”. In: Alvard, M. *Socioeconomic Aspects of Human Behavioral Ecology: Research in Economic Anthropology* , edited by M. Alvard, 23: 377–400. New York: Elsevier.

244. Sugiyama L. S., J. Tooby and L. Cosmides. 2002. “Cross-cultural Evidence of Cognitive Adaptations for Social Exchange among the Shiwiar of Ecuadorian Amazonia”. *Proceedings of the National Academy of Sciences* 99, 11 537–11 545.

245. Sundie, J. M., D. T. Kenrick, V. Griskevicius, J. M. Tybur, K. D. Vohs, and D.J. Beal. 2011. “Peacocks, Porsches, and Thorstein Veblen: Conspicuous consumption as a sexual signaling system”. *Journal of Personality and Social Psychology* 100: 664–680.

246. Tertilt, M. 2005. “Polygyny, fertility, and savings”. *Journal of Political Economy* 113: 1341–1371.

247. Thaler, R. H., A. Tversky, D. Kahneman and A. Schwartz. 1997. “The effect of Myopia and Loss Aversion on Risk Taking: An Experimental Test”. *Quarterly Journal of Economics* 112: 647-661.

248. Thaler, Richard and Cass Sunstein. 2008. *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness.* New Haven, CT: Yale University Press.

249. Thigpen, C. H., and H.M. Cleckley. 1957. *The three faces of Eve.* New York: McGraw-Hill.

250. Thomas, B. 1976. *Walt Disney: An American original.* New York: Simon & Schuster.

251. Thomas, B. 1998. *Building a company: Roy O. Disney and the creation of an entertainment empire.* New York: Hyperion.

252. *Time. 2006* . “Time style and design poll”. *Time,* March 5, http://www.time.com./time/arts/article/0,8599,1169863,00.html.

253. Tinbergen, N. 1963. “On the aims and methods of ethology”. *Zeitschrift für Tierpsychologie* 20: 410–433.

254. Torre, Pablo S. (March 23, 2009). “How (and Why) Athletes Go Broke. Sports Illustrated”. http://sportsillustrated.cnn.com/vault/article/magazine/ MAG1153364/1/index.htm.

255. Trivers, R. L. 1971. “The evolution of reciprocal altruism”. *Quarterly Review of Biology* 46: 35–37.

256. Trivers, R. L. 1974. “Parent-offspring conflict”. *American Zoologist* 14:
249–264.

257. Trivers, R. L. 1972. “Parental investment and sexual selection”. In B. Campbell (Ed.), *Sexual selection and the descent of man* , 1871–1971 (136–179) — Chicago, IL: Aldine.

258. Turner, J. L., E. B. Foa, and U.G. Foa. 1971. “Interpersonal reinforcers: Classification, interrelationship, and some differential properties*”. Journal of Personality & Social Psychology* 19: 168–180.

259. Tversky, A. and D. Kahneman. 1983. “Extension versus intuitive reasoning: The conjunction fallacy in probability judgment”. *Psychological Review* 90 (4): 293–315.

260. Tversky, A., and D. Kahneman 1981. “The framing of decisions and the psychology of choice”. *Science* , 211: 453–458.

261. Tybur, J. M., A.D. Bryan, R.E. Magnan, and A.E. Caldwell Hooper. 2011. “Smells like safe sex: Olfactory pathogen primes increase intentions to use condoms”. *Psychological Science* 22: 478–480.

262. Van den Bergh, B., S. Dewitte, and L. Warlop. 2008.”Bikinis instigate generalized impatience in intertemporal choice”. *Journal of Consumer Research* 35: 85–97.

263. Van Vugt, M., and A. Ahuja. 2010. *Selected: Why some people lead, why others follow, and why it matters. The Evolutionary Science of Leadership.* London: Profile Books / New York: Harper.

264. Van Vugt, M., R. Hogan, and R. Kaise. 2008. “Leadership, followership, and evolution: Some lessons from the past”. *American Psychologist* 63: 182–196.

265. Veblen, Thorstein. 1899. *The Theory of the Leisure Class.* New York: Penguin. (Издание на русском языке: *Веблен Т.* Теория праздного класса: экономи- ческое исследование институций. Под общ. ред. д-ра экономических наук В. В. Мотылева. — М., 1984.)

266. Vohs, Kathleen D. and Mary Frances Luce. 2010. “Judgment and Decision Making”. In Roy F. Baumeister and Eli J. Finkel, eds., *Advanced Social Psychology: The State of the Science* . New York: Oxford University Press, 733–756.

267. Wadhwa, V., H. Krisztina, R. Aggarwal, and A. Salkever. 2009. “Anatomy of an Entrepreneur: Family Background and Motivation”. Working paper. http://www.kauffman.org/uploadedfiles/researchandpolicy/ thestudyofentrepreneurship/anatomy%20of%20entre%20071309_final.pdf.

268. Wang, X. T. 1996a. “Domain-specific rationality in human choices: Violations of utility axioms and social contexts”. *Cognition* 60: 31–63.

269. Wang, X. T. 1996b. “Framing effects: Dynamics and task domains”. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 68: 145–157.

270. Weatherford, J. 2005. *Genghis Khan and the making of the modern world.* New York: Random House.

271. Weinstein, N. D. 1980. “Unrealistic optimism about future life events”. *Journal of Personality and Social Psychology* 39 (5): 806–820.

272. White, A. E., Y. J. Li, V. Griskevicius, D. T. Kenrick, and S. L. Neuberg (forthcoming). “Putting all your eggs in one basket: Life history strategies, bet hedging, and diversification”. *Psychological Science.*

273. Wickler, W. 1966. “Mimicry in tropical fishes”. *Philosophical Transactions of the Royal Society B* 251: 473.

274. Wiederman, M. W. 1993. “Evolved gender differences in mate preferences: Evidence from personal advertisements”. *Ethology and Sociobiology* 14:331–352.

275. Wiederman, M. W., and E. Kendall. (1999). “Evolution, sex, and jealousy: Investigation with a sample from Sweden”. *Evolution & Human Behavior* 20: 121–128.

276. Wikipedia. n.d. “Eliot Spitzer prostitution scandal”. Wikipedia, http://en.wikipedia.org/wiki/Eliot _Spitzer_prostitution_scandal.

277. Wikipedia. n.d. “Rajinder Singh”. Wikipedia, http://en.wikipedia.org/wiki/ Rajinder_Singh.

278. Wikipedia. n.d. “MC Hammer”. Wikipedia, http://en.wikipedia.org/wiki/ MC_ Hammer.

279. Wilson M., Daly M., and N.Pound. 2002. “An evolutionary psychological perspective on the modulation of competitive confrontation and risk taking”. Pp. 381–408 in D. Pfaff et al, eds.,

Hormones, Brain and Behavior , Vol. 5 — San Diego: Academic Press.

280. Wilson, M., and M. Daly. 1985. “Competitiveness, risk taking, and violence: The young male syndrome”. *Ethology and Sociobiology* 6: 59–73.

281. Wilson, M., M. Daly and N. Pound. 2002. “An evolutionary psyxhological perspective on the modulation of competitive confrontation and risk taking”. In *Hormones, Brain and Behavior* ed. Donald W. Pfaff, Arthur P. Arnold, Susan E. Fahrbach, Anne M. Etgen and Robert T. Rubin, 5:381-408. San Diego, CA: Academic Press.

282. Wilson, M., and M. Daly. 1997. “Life expectancy, economic inequality, homicide, and reproductive timing in Chicago neighborhoods”. *British Medical Journal* 314: 1271–1274.

283. Wilson, Margo and Martin Daly. 2004. “Do Pretty Women Inspire Men to Discount the Future?” *Biology Letters,* 271, S177–S179.

284. Winterhalder, B. 2007. “Risk and decision-making”. In R. Dunbar & L. Barrett (Eds.) *Oxford handbook of evolutionary psychology* (pp. 433–446). Oxford, England: Oxford University Press.

285. World Health Organization (WHO). n.d. “20 questions on genetically modified foods”. WHO, http://www.who.int/foodsafety/publications/ biotech/20questions/index.html.

286. World Health Organization (WHO). n.d. “Growing threat from counterfeit medicines”. WHO, http://www.who.int/bulletin/volumes/88/4/10-020410/ en/ondex.html.

287. Wyatt, T. D. 2003. *Pheromones and animal behavior: Communication by smell and taste* . Cambridge, UK: Cambridge University Press.

288. YouTube. n.d. “Hot girls flashes Porsche 911 banned commercial funny 2013 Carjam TV”. YouTube, http://www.youtube.com/watch?v=47ZZjEXcJ-U/.